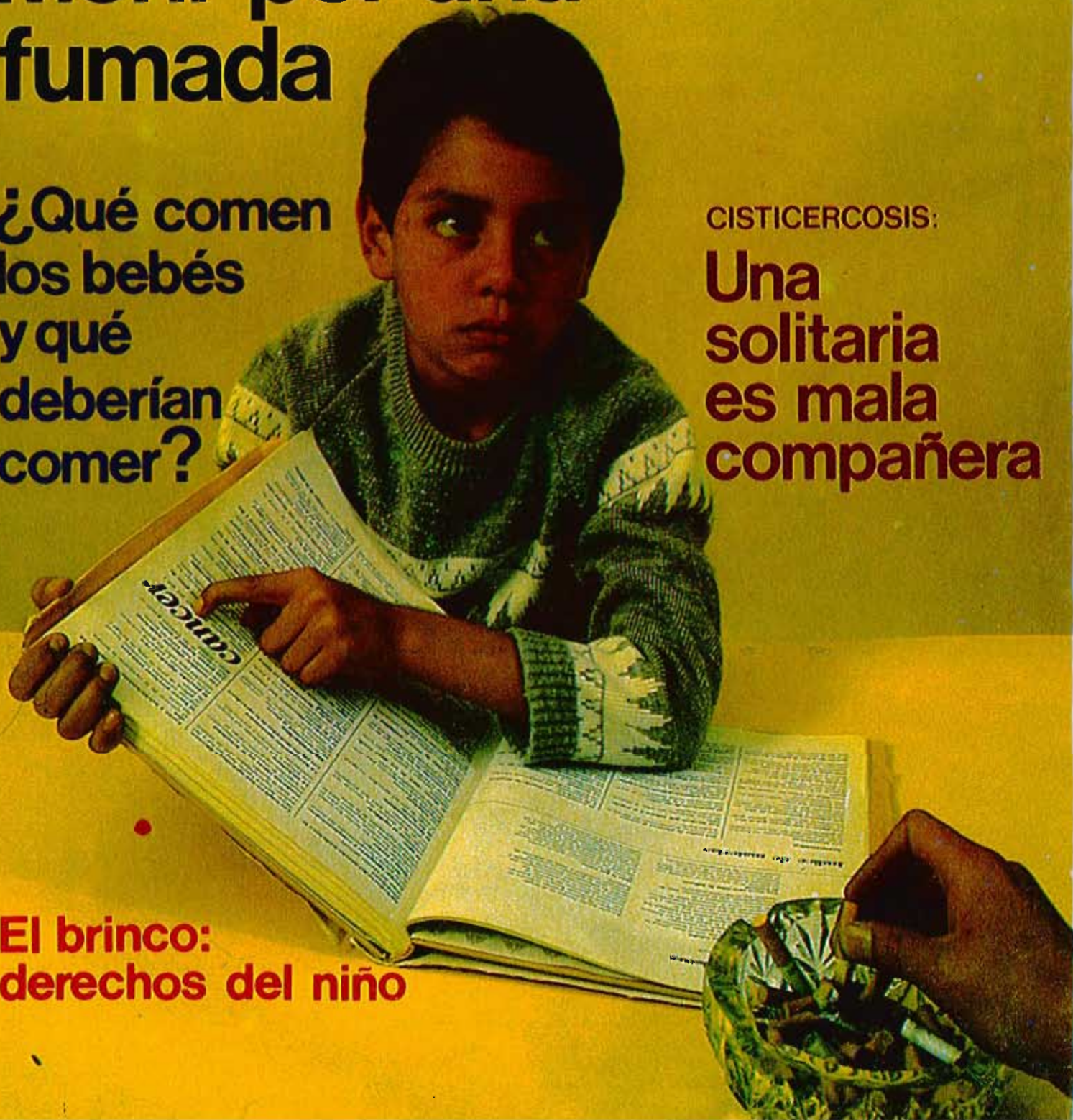
revista del
consumidor
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION MENSUAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR/NUMERO 110/ ABRIL DE 1986/60 PESOS

Morir por una fumada

¿Qué comen los bebés y qué deberían comer?

CISTICERCOSIS:
Una solitaria es mala compañera



El brinco: derechos del niño

El niño

Mucho se ha dicho en nuestro país que los niños son el futuro de México, pero ¿qué futuro les espera a ellos?

Si bien es cierto que el niño es inocencia y ternura, también lo es que en la mayoría de los casos, los adultos no pensamos así. Frecuentemente se olvida que el ser humano, en su etapa infantil, es como una pequeña grabadora que capta y reproduce todo lo que ve y oye a su alrededor. Decimos entonces que el niño aprende, pero... ¿qué aprende?

Evidentemente, lo que los adultos enseñamos. En este punto cabe hacer una reflexión y preguntarnos si realmente transmitimos a los niños los elementos necesarios para enfrentar esa gran tarea que es el futuro o si simplemente queremos hacer de ellos copias de nosotros mismos porque pensamos que es lo correcto.

El pequeño debe saber razonar sus acciones, debe amar la vida y esforzarse por conseguir lo que desea, de modo que comprenda paulatinamente la realidad que vive.

Para lograr esto, el niño necesita unos padres en el sentido más amplio de la palabra, que lo guíen con amor, comprensión y disciplina sin violencia, que no lo pongan bajo la custodia de la televisión y que compartan con él sus fantasías, sin olvidar que aunque es un niño, debe ser tomado en cuenta como miembro de la familia.

De esta manera, cuando el pequeño crezca, será capaz de enfrentarse al futuro con trabajo, honestidad y amor. Tendrá abierto el camino a la felicidad y sabrá construirla, tal vez entonces lo haga mejor que nosotros. Eso es el mejor regalo, no sólo para el día del niño sino para toda la vida.

DIRECTORIO INCO

Dirección General
CLARA JUSIDMAN DE B

Dirección Técnica
FERNANDO URDANIVIA CORIA

Dirección de Promoción
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR

Dirección de Producción Audiovisual y Editorial
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA

Dirección de Finanzas y Administración
MANUEL GALVAN ZUART

Coordinación de Delegaciones
GRISELDA ARISTA QUEZADA

SUBDIRECCIONES

Estudios Socioeconómicos
GUSTAVO PONCE MELENDEZ

Estudios Técnicos
LUIS JUAREZ SUAREZ

Promoción
JOSE LUIS GARCIA NAJERA

Producción Audiovisual y Editorial
RODOLFO F. PEÑA VILLANUEVA

DELEGACIONES

Chihuahua
VICTOR MANUEL BARRIGUETE

Estado de México
GABRIEL GAMA FLORES

Guanajuato
LUIS O. MEDELLIN OCHOA

Guerrero
MARGARITA GALEANA ADAME

Hidalgo
ESTEBAN G. CHAPA ZAMORA

Jalisco
RODOLFO ALFARO AGUIÑAGA

Morelos
RAUL CARBONELL CARDENAS

Nuevo León
FRANCISCO JAVIER NUÑEZ

Puebla
ROBERTO ARTECHE LUGO

Sonora
GUILLERMO A. REYNA CELAYA

Tamaulipas
GUILLERMO NUÑEZ VELA

Tlaxcala
JOSE LUIS ARGUIJO TORRES

Veracruz
JAVIER ESCALERA LEANDRO

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Editorial

Es frecuente que, con el cigarro en la boca, leamos algún texto sobre los daños que puede ocasionar el tabaco. Pareciera que la literatura preventiva, incluso cuando dramatiza lo suficiente con gráficas adecuadas, no tiene mucha fuerza disuasiva en los fumadores empedernidos. Sin embargo, los riesgos y los daños siguen ahí, y nunca se insistirá bastante en ellos.

Sin duda, el tabaquismo es un problema de salud pública. En los países hoy altamente desarrollados —precisamente allí donde surgió y se desenvolvió rápidamente la industria del cigarrillo—, está descendiendo de manera considerable el número de fumadores y, consecuentemente, el de quienes padecen enfermedades tan graves como el enfisema o el cáncer pulmonar. Es sabido además, que están tomándose medidas prácticas tales como la de confinar a los fumadores, tratándose de lugares públicos, en lugares especiales, para preservar la salud de los no adictos. Pero el mal está hecho a escala mundial, y la industria del tabaco sigue causando muchas víctimas, sobre todo en países económicamente débiles.

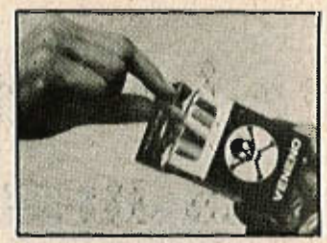
Al trasnacionalizarse la industria del tabaco, en este como en tantos casos determinó una especie de reparto del trabajo. Las naciones pobres ponen la materia prima, y las grandes empresas transnacionales procesan y venden el producto. A éstas, naturalmente, les interesa disponer de un mercado local tan amplio y dinámico como sea posible. Aquí interviene la publicidad, que nos obliga a asociar el grave vicio de fumar con los mayores publicistas y sus más extravagantes fantasías. Paradójicamente, mientras los países ricos combaten el consumo del tabaco en sus naciones por razones de salud social, promueven en los países pobres el mercado tabacalero. No importa cuánto daño cause el tabaco, ni cuánto se afecte la economía familiar con los altos precios de los cigarrillos, ni cuánto se distorsione la economía del país al consagrar al cultivo del tabaco vastas extensiones de tierra que podría producir alimentos; lo único que importa es la tasa de ganancia de las transnacionales tabacaleras.

Resulta imperioso ya tomar conciencia de que el tabaquismo es uno de los vicios que más seriamente atentan contra la salud, incluida la de los no fumadores, a quienes se obliga a aspirar el humo del cigarrillo ajeno; y, asimismo, de que su cultivo distorsiona y subordina nuestra economía, además de imponernos, por la asociación publicitaria, patrones culturales enteramente ajenos y de espaldas a la crítica realidad nacional.

SUMARIO

QUE HAY DETRAS DE UN CIGARRILLO

Se ha hablado mucho del daño que sufren los fumadores, sin poner mucha atención a aspectos importantes como el que los no fumadores se perjudican por aspirar el humo de los cigarros que se encienden a su alrededor, además los grandes campos que se utilizan para el cultivo del tabaco, podrían usarse en la siembra de otros productos necesarios en nuestro país.



NUESTRAS TRADICIONES

El circo está perdiendo arraigo en nuestro país, después de haber sido la diversión más popular, en la que participaban artistas de renombre. Fue tan importante que pese a todo, México es un país de gran tradición circense y los artistas de circo mexicanos están considerados como los mejores del mundo.

LA MEJOR ALIMENTACION

Definitivamente no hay sustituto para la leche materna, sin embargo, los hábitos nutricionales de los niños se van formando con base en las combinaciones adecuadas de alimentos que reciba el niño conforme va creciendo. La calidad de los alimentos industrializados empeora y nunca superará la de los naturales.

Editorial	**1**
Consumismo infantil	**3**
Se está abusando de la publicidad: Enrique Alonso	**6**
Una solitaria es mala compañera	**8**
Baratas, ganges y ofertas	**11**
Juguetes: exija su garentía	**14**
Morir por una fumada	**15**
Comportamiento de precios	**20**
Entrevista del mes: Josefina Mena	**21**
¿Qué comen los niños y qué deberían comer?	**24**
Círculos infantiles	**30**
Y la tradición se impuso	**33**
El circo	**36**
La cocina tradicional	**40**

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Consejo Editorial
CLARA JUSIDMAN DE B.
FERNANDO URDANIVIA CORIA
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA
GRISELDA ARISTA QUEZADA

Jefatura de Publicaciones
LEONOR AZCARATE

Redacción
GUILLERMO SARQUIS F.

Suplemento "El Brinco"
MARIE PUGA

Reporteros
J. EDUARDO AGUILAR/AMALIA BELTRAN E./MARTA SANDRA GARCIA/ENRIQUE PARADA/OSCAR ROMERO ROJAS/JUAN RAMON ZABALEGUI

Producción Fotográfica
ARMANDO SALGADO FERNANDEZ

Reporteros Gráficos
CARLOS MACIAS/FERNANDO ROJAS/ GUSTAVO ADOLFO CARRILLO VELEZ

Departamento de Arte y Diseño
AUGUSTO APON GARCIA

Formación, Ilustraciones y Viñetas
MARCELO AHUERMA S./FRANCISCO ALATRISTE T./ALMA ELENA ARENAS G./ DOLORES RAMIREZ/JESUS RODRIGUEZ G.

Asistentes del Departamento de Publicaciones
CARLOS HERRERA BARRAGAN/MA. GUADALUPE HERRERA MEJIA/MARIA BARBARA SANCHEZ.

Impresos:
MARIA DOLORES FERNANDEZ MORETT

APOYO ESPECIAL AL NUMERO 110 DE LOS DEPARTAMENTOS

Análisis sobre Comunicación
JOSE CHAN ESCALANTE

Información y Orientación Directa
GREGORIO ALANIS PARDIÑAS

Derechos del Consumidor
HECTOR I. MEJIA ALVARADO

Documentación e Información
FRANCISCO JIMENEZ ROJANO

Educación para el Consumo
FLAVIO RUIZ SUAREZ

Comunicación Social y Relaciones Públicas
FRANCISCO BALDERAS GUZMAN

Bioquímica
ANA MA. C. DE HAQUEHT

Estudios Económicos
ARACELI MORENO ACOSTA

Seguimiento y Análisis del Consumo
JOSE MANJARREZ MEDINA

Ingeniería
EDUARDO MARTINEZ PACHECO

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es un publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Tiene como objetivo ofrecer a sus lectores información y recomendaciones acerca de toda clase de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar y la búsqueda de alternativas de consumo y mejores hábitos para el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.
El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Legal de la Dirección General, Lic. César Garizurieta, Insurgentes Sur 1228-11º piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Editora de Periódicos, S.C.L. Basilio Vadillo No. 40 Apartado Postal 947 México 1, D.F., Tipografía: TIPART —Tipografía y Formación— Teléfono: 658-90-83 México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependientes de la SEP, Oficio No. 1227 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176, Características 218621408.

Los deseos de los niños no tienen límite... y las manipulaciones publicitarias tampoco

Marta Sandra García

Hay un viejo refrán que versa: "dime con quién andas y te diré quién eres". Nosotros lo adecuamos y decimos: "dime qué compras y te diré cómo son tus padres".

¿Absurdo? de ninguna manera, la formación del niño comprende varios aspectos importantes, como por ejemplo: si los hijos fueron o no deseados, el papel del niño ante los padres, la posibilidad de tener otros hermanitos, el tipo de organización familiar que se tenga, la forma en que se críe a los hijos y las experiencias que viva el niño.

Existen además otros factores como el político, el económico, el social y el cultural que conforman al niño según el medio en que se desarrolle y eduque.

Ahora bien, el niño aprende todo lo que ve. En este sentido, es importante ser conscientes de que vivimos en una sociedad a la que por sus características se le ha llamado "sociedad de consumo". Cabe, entonces preguntarse, ¿cuáles son las características del niño consumista? ¿por qué nuestros hijos consumen?...

El doctor Jorge Margolis, psicoterapeuta de niños, nos habla al respecto...

"El niño consume por muchas razones que tienen que ver con la satisfacción de sus necesidades primarias, como: comer, vestir, calzar... No se puede hablar de un factor determinado que lo induzca al consumo. El niño se define porque actúa dependiendo del deseo inmediato que siente".

"Sin embargo, cuando hablamos de deseo infantil nos referimos a aquél que se puede satisfacer en el momento y con el menor esfuerzo, al contrario del adulto, quien tiene un deseo elaborado, pensado, y procurado según sus necesidades, posibilidades y realidades".

Por decir algo, el niño ve un avión y dice "yo quiero ir a la luna". Sus deseos no tienen límite y no tendrían por qué tenerlo; son parte de su juego a través del cual se relaciona con el mundo. Si el pequeño está en un mundo dedicado al consumo, rápidamente descubre cosas con las cuales sus deseos se van conformando.

Hay que tener en cuenta que los medios de comunicación, en especial la televisión, ejercen gran influencia en el comportamiento del niño y lo considera como el

consumidor más importante de nuestra sociedad.

"No sólo es la televisión —continúa el doctor Margolis— son todos los medios de comunicación, incluso el entorno social y la cultura. En la escuela cuando algún compañerito llega con un juguete, aún el más inútil, surge la curiosidad de cómo y dónde se compró y la manera de conseguirlo nosotros también. Esta característica de la sociedad de consumo trae como consecuencia una relación entre padres e hijos determinada por las posibilidades económicas de la familia. Los hábitos de consumo que tengan los padres serán los que aprendan los hijos".

En la formación del niño influyen actitudes tan importantes como las siguientes: cuando los padres están acostumbrados a satisfacerle todos sus requerimientos con cualquier bien de consumo o si, por el contrario, cuando están impedidos de resolverle alguna necesidad. Todo esto lo aprenden los hijos según el estilo de vida de cada familia.

Los medios de comunicación ejercen una gran influencia, porque promueven el consumo indiscriminado, por lo que no es raro que los niños, principalmente los de zonas urbanas, determinen sus deseos en función de lo aprendido principalmente en la televisión. Aunque el consumismo depende más del estatus de los padres y su actitud frente al dinero.

"Existen algunas actitudes representativas en y para el consumo, como son el afecto, la culpabilidad, la emotividad y la relación castigo-recompensa".

"Se dice que hay padres que no pueden evitar el comprarles objetos a sus hijos porque tienen tanta culpa con ellos, que todo lo que los niños piden se les compra. De esta manera, los padres se sienten buenos con sus hijos".

"Hay además, quienes recompensan al niño con objetos cuando se porta bien o se los quitan si se porta mal".

Según el doctor Margolis, otro factor que tiene que ver con el aprendizaje directo de los niños en cuanto al consumo, es lo que sucede cuando los padres van con sus hijos al supermercado. Estos ven que sus padres consumen y consumen llevados por las incitaciones de la televisión sin saber realmente lo que necesitan.

Esta forma de consumo, la van aprendiendo los hijos, no importa

que no se diga con palabras. Simplemente se hace y los niños interpretan.

Ahora bien, el consumo no se puede detener. No podríamos vivir en una especie de isla dentro del mundo y tener una actitud totalmente libre. Lo que se puede hacer, en todo caso, es tener una actitud crítica ante èl consumo indiscriminado que nos haga pensar por qué debemos comprar determinadas cosas, cuáles son las que realmente sirven para la vida e incluso las que la dañan. Educarnos nosotros para vivir en esta sociedad consumista es lo mejor que podemos hacer por nuestros hijos.

Lo más importante es que los pequeños tengan una información y una idea clara de las necesidades y posibilidades económicas de los padres. Dentro de estos parámetros, el niño deberá hacer sus demandas y le serán contestadas desde una realidad, estableciendo un compromiso entre padres e hijos en el que deben estar enterados de la forma más adecuada de comprar, de gastar el dinero que ingresa al hogar.

El conocimiento que tenga el niño de cómo es la realidad económica de su hogar, le enseñará la mejor manera de aprovechar el dinero.

Pensemos pues, que en una sociedad de consumo como la nuestra, la educación del niño es importante no como algo ajeno a nosotros que se imparte exclusivamente en instituciones escolares, sino que influye todo aquello que nos rodea; la sociedad, la cultura y los medios de comunicación.

También es necesario tener presente que la influencia de los medios de comunicación no es tan importante como la generada dentro de la familia, donde el niño nace, crece, se desarrolla y aprende todas las actitudes y hábitos buenos o malos de las personas mayores, principalmente de los padres.

Por tal motivo es necesario tener una actitud crítica, educarnos nosotros para poder ayudar a nuestros hijos, esto implica enseñarlos a consumir sólo lo necesario y buscar siempre la mejor manera de obtenerlo, de acuerdo a nuestro presupuesto. Planear junto con ellos las compras y tomar una actitud clara ante la sociedad en que vivimos, de modo que el niño la asimile para su desarrollo futuro.

Después de todo, ellos son los consumidores del futuro y quienes se enfrentarán a los problemas de entonces, por eso mejor hacer algo por ellos desde ahora, ¿no le parece?

Se está abusando de la publicidad: Enrique Alonso

Cachirulo critica la programación infantil en T.V.

Enrique Parada

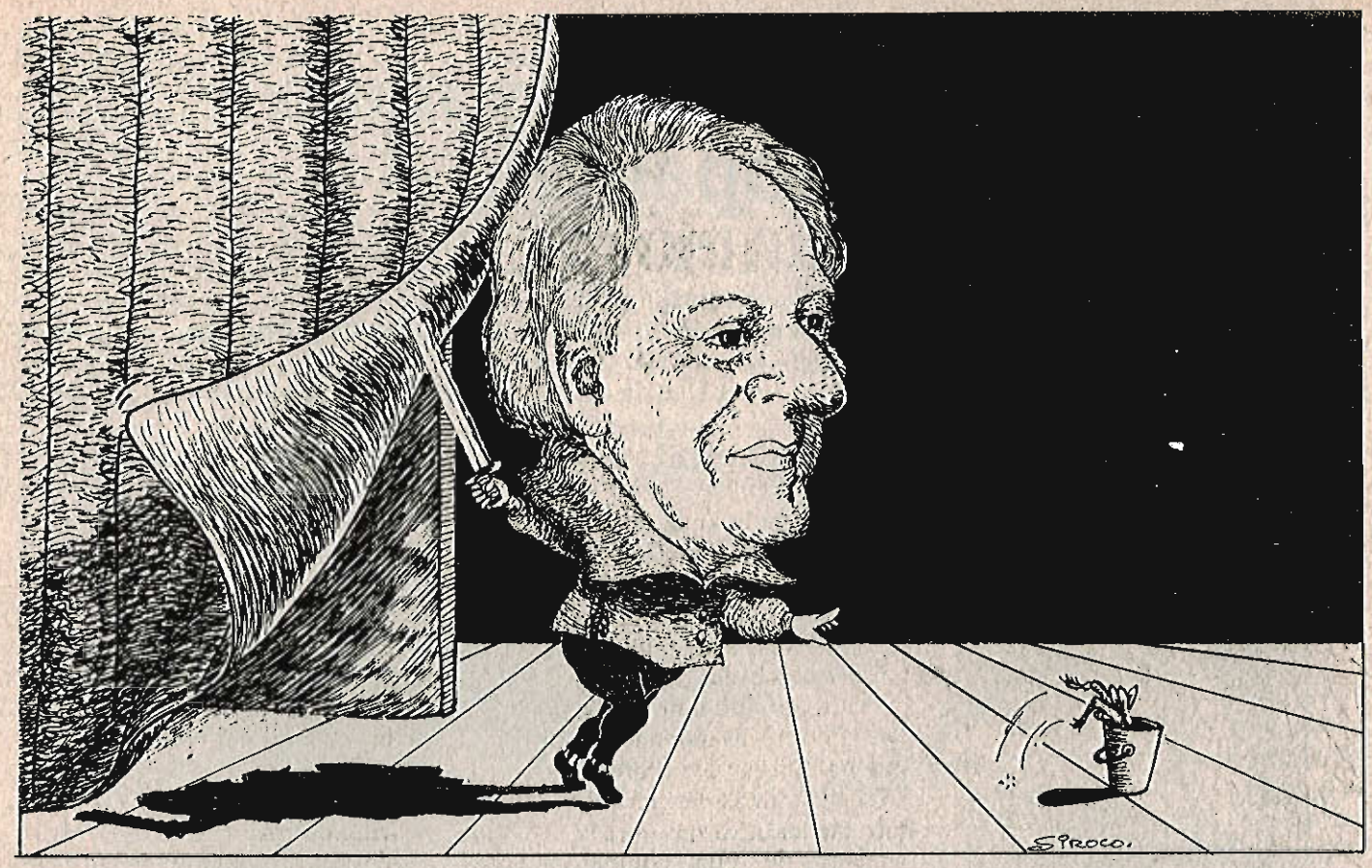
"El programa de Chespirito no es propiamente un programa infantil, sino de humorismo blanco para adultos. No es apto para niños porque no creo pertinente que en una serie infantil se distorsione el lenguaje hasta el punto de volverlo un sublenguaje. Además, en lo particular no me gusta el trato que se da a los niños en algunos programas. Se les llama 'chaparros' 'enanos' y cosas por el estilo, con la intención de hacerse los graciosos. Yo, como padre, no permitiría que a un hijo mío lo trataran así".

Estas son algunas de las opiniones vertidas por Enrique Alonso, creador del personaje de *Cachirulo*, en entrevista para la *Revista del Consumidor*.

Alonso, uno de los impulsores del teatro infantil en México, declara que la suya ha sido "una vida de hijo de actor", debido a la estrecha amistad que lo unió con María Conesa, la popular "Gatita Blanca" del teatro ligero de las primeras décadas del siglo.

"Cuando fuí niño —agrega—, las únicas diversiones infantiles que había eran los títeres, el circo y las pastorelas en diciembre. Por eso me cautivó la obra *Los Pinochos*, de una compañía española, y me animé a escribir teatro infantil. En 1948 me inicié como actor profesional y ello me dio la oportunidad de reunir dinero para formar, ese mismo año, el *Teatro del Pequeño Mundo*. Así se me fue conociendo en el medio artístico como a un hombre que hacía revista y que los sábados y domingos, en vez de descansar, se dedicaba a hacer obras infantiles".

Durante casi dos decenios, Enrique Alonso hizo en televisión el programa *Teatro Fantástico*, encarnando a *Cachirulo*. Habiendo visto antes sus trabajos de teatro infantil, el productor lo contrató sólo por tres meses. "Fueron los tres meses más largos de mi vida —dice—, porque se volvieron... diecisiete años".



Le preguntamos si después de tantos años el programa terminó porque acaso ya no respondía a los gustos de los niños de ahora o a las expectativas de la televisión comercial.

"El cuento nunca dejará de agradar a los niños —responde—. Es cierto que los niños cambian, pero el lenguaje de los cuentos sigue gustándoles. No ven al cuento como un suceso real, no creen en él, saben siempre que es algo fantástico, escenificado. Hace seis años se repitieron algunos de mis programas y alcanzaron "ratings" muy altos. A los niños les gustan. Es lo que pasa con *Drácula* por ejemplo, que fue de las primeras películas mudas. Todavía nos gusta el personaje, lo que no significa que creemos en su existencia real.

"El *Teatro Fantástico* desapareció por dos razones. La primera fue que cambiaron el programa del domingo a las siete y media a los sábados, que es cuando la gente sale a hacer compras. Antes a nadie le gustaba actuar los domingos, porque era el día en que la gente salía a pasear; pero yo conseguí que muchos regresaran temprano por la noche para ver el cuento. La segunda razón es que los funcionarios creyeron que porque sus propios hijos habían crecido y ya no veían el programa, éste había dejado de gustarles a los niños. Seguramente pensaron que sus hijos eran los únicos niños que había en el país".

¿Y qué hizo Enrique Alonso cuando le quitaron el programa de televisión?

"¡Pues organicé mis huestes y me fuí de gira! —contesta—. Pronto me di cuenta de que en el teatro podía ganar tanto o más que en la televisión".

¿Y hay buenos programas televisivos para niños hoy día? —Interrogamos.

"Desgraciadamente, no. Para hacer un buen programa infantil en la televisión se necesita mucho dinero. El *Teatro Fantástico*, por ejemplo, utilizaba escenarios enormes, vestuario que se cambiaba frecuentemente y muchos actores. En cambio, los productores parecen tener hoy todos la misma idea de que un programa infantil debe costar muy poco. Y no se les ocurre más que poner a un señor que narra y ofrece caricaturas tan viejas que ya hasta nos las sabemos de memoria".

Enrique Alonso, que vivió los inicios de la televisión, ha conocido los cambios. Por eso le preguntamos sobre la publicidad.

"La publicidad es importante. Sin ella no se sostendría la televisión comercialmente. Pero creo que se ha llegado a excesos alarmantes. En los años cincuentas, los artistas teníamos que ser vendedores. Yo, por ejemplo, hacía sólo un comercial al final del *Teatro Fantástico*. Un día se me ocurrió recomendar a la gente que tomara 'chocolate a la vainilla'. Tres semanas después me pidieron que ya no siguiera con el anuncio: la vainilla se había acabado.

Sí, hoy se está abusando alarmantemente de la publicidad...".

Una solitaria es mala compañera

*** Sus huevecillos provocan cisticercosis**
*** El peligro está en la carne de puerco y en frutas y verduras mal lavadas**

Juan Ramón Zabalegui

La cisticercosis es una enfermedad parasitaria producida por un cisticerco, que es el huevo de la solitaria *(Taenia solium)*.

El doctor Manuel Chavarría, catedrático e investigador de la UNAM, nos explicó:

"Los huevecillos de este parásito son como los de cualquier animal y en su interior se encuentra una futura tenia. Cuando han alcanzado a desarrollarse como 'solitarias niñas' es decir en forma de cisticerco, se encuentran normalmente en la carne de cerdo. Si son ingeridos por el ser humano en esta etapa infantil, llegan al intestino y continúan su crecimiento hasta convertirse en 'solitarias adultas', que pueden medir hasta siete metros de largo y vivir por muchos años. A esta enfermedad se le llama teniasis".

"Cuando no se han desarrollado lo suficiente y penetran en el intestino, son tan pequeños que entran en la sangre en donde continúan su crecimiento. Entonces, pueden alojarse en algún músculo o en el cerebro, enquistándose, es decir, se cubren de una capa de membranas y se detiene su crecimiento hasta que mueren. Es entonces cuando se adquiere cisticercosis".

"La tenia o solitaria está formada por segmentos (llamados proglótidos), cada uno con órganos sexuales hermafroditas, es decir, masculinos y femeninos a la vez. A través de estos órganos se realiza el apareamiento y cuando

queda fecundado el útero, comienzan a gestarse los huevecillos".

"Una vez que los segmentos posteriores están cargados con cincuenta o cien mil huevos en gestación, se desprenden de la cola de la solitaria y son arrojados por el humano, en las heces fecales. Una persona que tiene solitaria, normalmente desaloja de dos a cinco proglótidos semanalmente. Esto significa de 200 mil a medio millón de huevecillos por semana."

En México, uno de los grandes problemas de contaminación, tanto en las ciudades como en el campo, es la práctica del fecalismo al aire libre. Se sabe que tanto la teniasis como la cisticercosis se pueden transmitir a partir de dicha práctica:

"Cuando las heces fecales están expuestas al aire y al sol, se secan y son dispersadas por el viento en forma de polvo. En el Distrito Federal, por ejemplo, que está rodeado por zonas que carecen de servicios sanitarios y en donde la gente defeca al aire libre, las partículas de excremento son arrastradas en las tolvaneras por toda la ciudad. Por esto, en el Distrito Federal la principal fuente de adquisición de la cisticercosis son los alimentos callejeros que están expuestos al aire contaminado".

"Otro caso de dispersión de los huevecillos de la tenia, es cuando las deyecciones van al drenaje. En Xochimilco, por ejemplo, las aguas del drenaje escurren al lago y la gente por descuido y por falta de higiene, después de meter la mano en el agua se come las uñas o los niños se chupan el dedo y así adquieren la cisticercosis. También cuando se utilizan aguas negras para regar campos de cultivo, los huevos penetran en las comisuras de las verduras y frutas (fresa, col, lechuga). Por eso, es de suma importancia lavar y tallar la fruta y la verdura con agua y jabón antes de comerla. Incluso, se recomienda que a la fresa se le dé un primer hervor."

Otro caso es cuando los huevecillos de la solitaria van a dar al suelo son ingeridos en las heces fecales por animales coprófagos, es decir, por animales que se alimentan de excremento, como los puercos.

"Una vez que estos huevecillos son ingeridos, la pared intestinal los absorbe y entran al torrente sanguíneo. De allí se distribuyen por todo el cuerpo y se depositan en los músculos y en otros tejidos, como el cerebro".

Al penetrar los huevos en los músculos o en el cerebro, se cubren con una especie de caparazón, de membranas que empiezan a crecer tomando varias formas, éstos se enquistan. Estas membranas al ir ocupando espacio en el cerebro, provocan un aumento en el volumen del líquido encefalorraquídeo. Esto ocasiona aumento de la presión en el cerebro causando fuertes dolores y hasta la muerte, si no se detecta a tiempo.

La doctora Ana Flisser, investigadora del Instituto de Investigaciones Biomédicas de la UNAM, apunta que los síntomas de la cisticercosis son dolores de cabeza y crisis convulsivas, que pueden empeorarse hasta convertirse en ataques.

El doctor Ricardo Macías, Jefe del Laboratorio Clínico del Instituto Nacional de Neurología, dijo que "una vez detectado el parásito en el cerebro, se le administra al paciente un fármaco, (Praziquantel) que detiene la evolución del

Para prevenir la cisticercosis

1. Todas las personas que tengan solitaria, deben curarse inmediatamente. Esto puede ser lo más importante para erradicar esta enfermedad.

2. Después de ir al baño, revisar la evacuación para detectar la solitaria a tiempo.

3. Lavarse bien las manos (las uñas) frotando con jabón, al salir del baño, al sentarse a comer y antes de preparar los alimentos.

4. Lavar bien (con agua y jabón) todas las frutas y verduras, frotando en las comisuras de los tallos.

5. Limpiarse la nariz constantemente y no ingerir la mucosa nasal.

6. Al comprar carne, fijarse que no tenga quistes (son blancos y llegan a tener el tamaño de un chícharo). En caso de detectarlos, avise a la Secretaría de Salubridad.

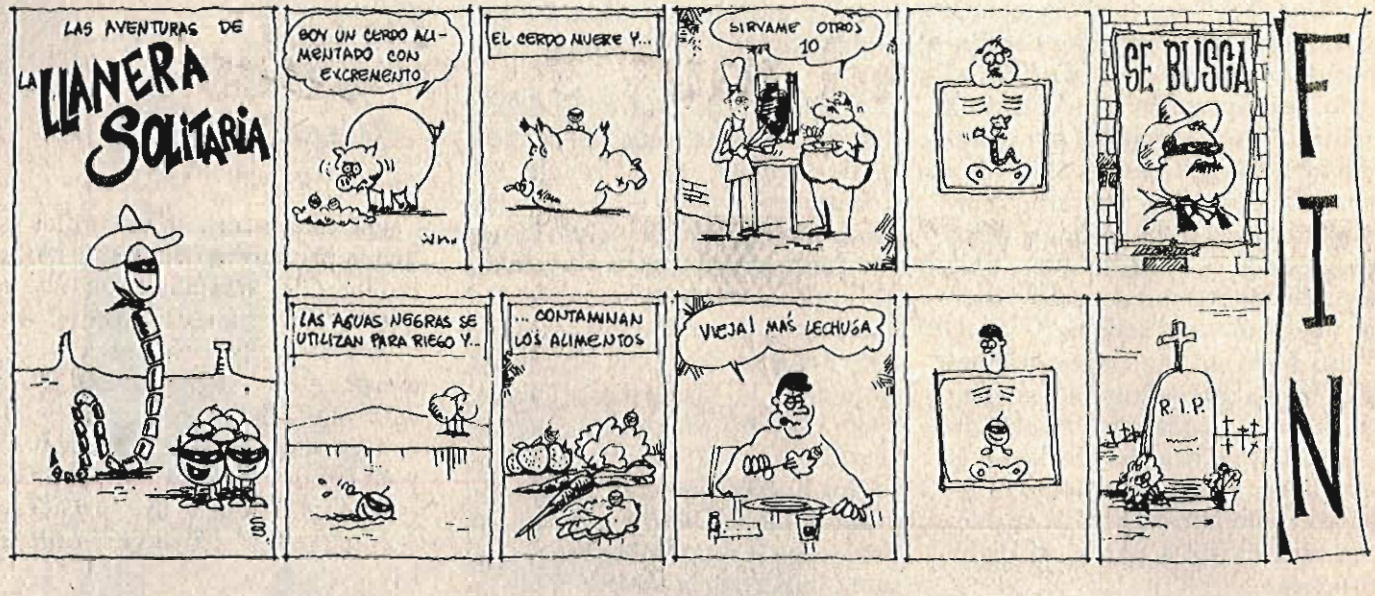
7. Cocer bien la carne aunque se haya revisado. Vigile que la cocción penetre en el interior.

8. En los lugares en donde hay rastros y granjas porcinas, tener mucha higiene.

9. No consumir alimentos en la calle.

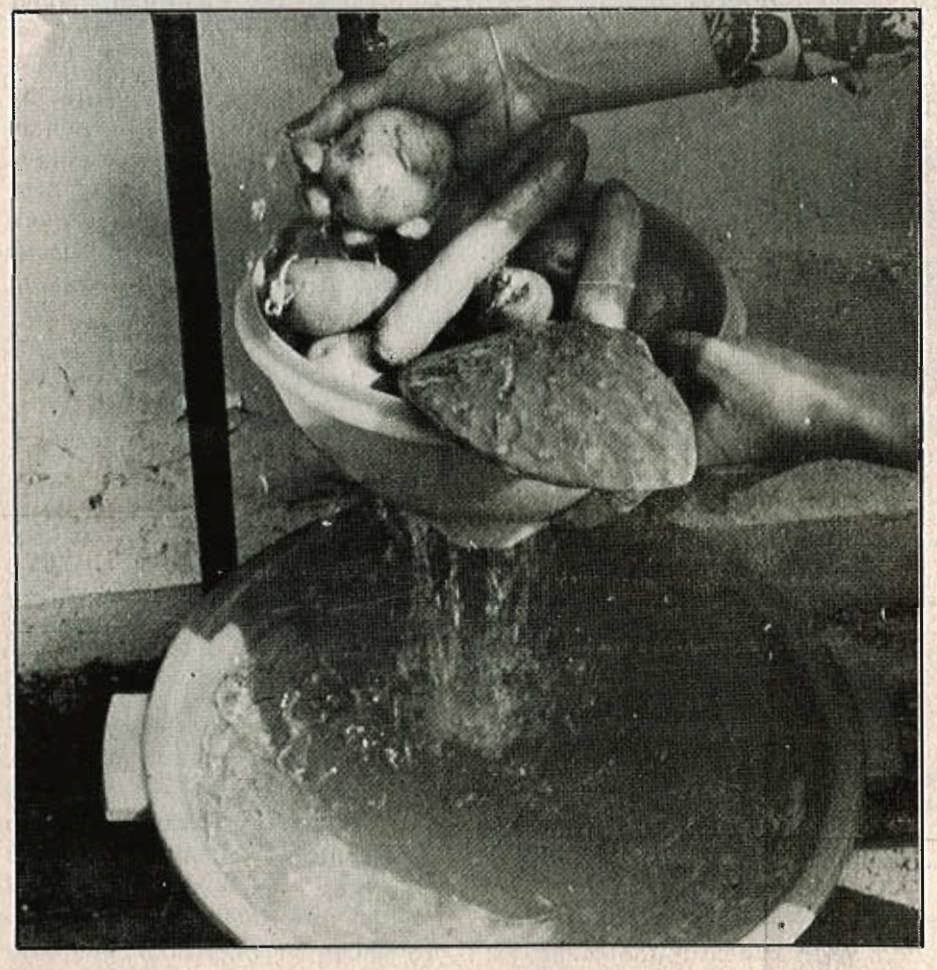
10. Los criadores de cerdos, deben revisar bien a sus animales.

11. Los inspectores de Salubridad ser de lo más estrictos con las carnicerías que expendan carne cisticercosa y no aceptar el más mínimo soborno.



cisticerco, no cura los daños causados, pero mata al cisticerco y lo calcifica evitando así la hipertensión intercraneal. En este Instituto se hizo un experimento con cincuenta pacientes que tenían cisticercosis, y ahora se encuentran totalmente curados".

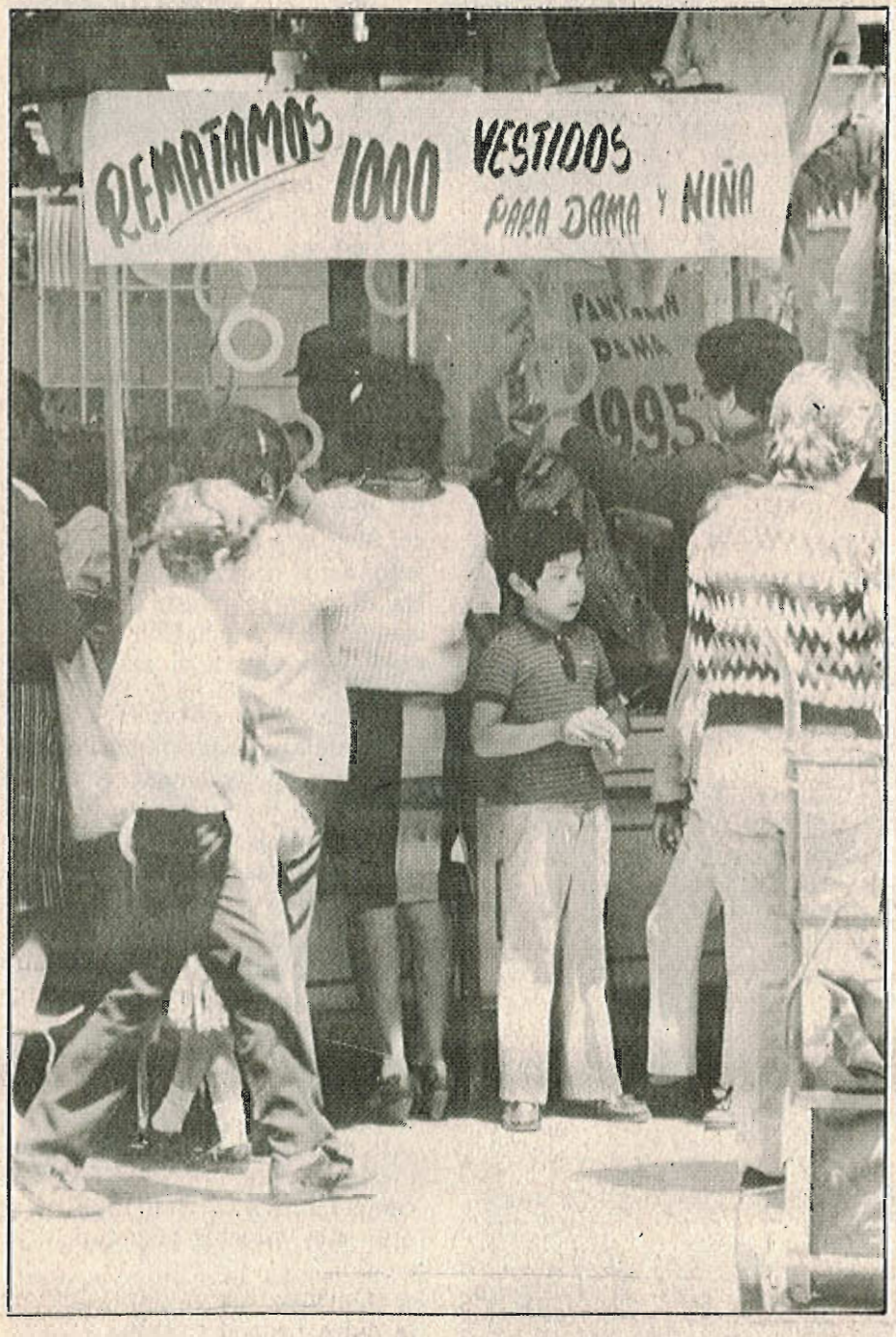
"En México, la incidencia de morbilidad de la cisticercosis se calcula entre el uno y el dos por ciento", según afirmó la doctora Flisser. Esta enfermedad es frecuente en los lugares en donde hay ganado porcino, como Michoacán y Guanajuato, debido a que el puerco es el principal transmisor del cisticerco. "Cuando se detecta carne contaminada con este mal, se obliga a los productores a destruirla", también dijo la doctora Flisser, "la carne de cerdo es la principal fuente de proteína de origen animal que tenemos en México, por lo que se debe tener mucho cuidado al ingerirla para prevenir la cisticercosis. No se sabe aún, todas las formas en las que se difunden los huevecillos que arroja la solitaria, pero podemos suponer que en el polvo que hay en el aire se pegan los huevecillos, nosotros los respiramos y si nos comemos la mucosa nasal, los ingerimos. ¿Cuántas veces se paran las moscas en la comida? Pues es también muy probable que sean transmisoras de los huevecillos, así que debemos tener cuidado para evitar que estos insectos se paren en la comida".



¿Quién lo iba pensar?, pero en la dulce fruta del campo y en las sanas lechugas frescas, coles y demás verduras y legumbres, se ocultan estos malvados huevecillos que sólo con mucha higiene y poniendo atención en todos los alimentos, podremos combatir.

La verdad muy sospechosa

Enrique Parada



Al adquirir una mercancía en "oferta", ¿usted se siente orgulloso de su sagacidad e inteligencia? O por el contrario, ¿se siente culpable de no haber realizado la compra?

Pues bien, si está en uno de estos estados de ánimo, le diremos que no hay razón para ello, ya que la gran mayoría de las "baratas" son trampas que los comerciantes tienden a los consumidores.

Por esta razón, en estos días en que la primavera deja sentir su calorcito, "le echamos aguas" porque, parafraseando a Javier Solís: "...ya llegó la primavera y sus ofertas, ya va llegando también la voracidad...".

Y es que en esta estación del sol y de las flores los grandes centros comerciales lanzan sus "grandes y sensacionales baratas de primavera".

¿Pero, qué son las "ofertas"?

Con diversos sinónimos, como gangas, barata o liquidación, esta palabra tiene varias definiciones que dependen del lugar que ocupe en el proceso de comercialización, es decir, "cada quien habla como le va en al feria".

Mientras que para el comprador es la "oportunidad de conseguir una mercancía a un precio más bajo del normal", para el comerciante es "el momento para deshacerse de los productos que tiene acumulados en sus bodegas, o bien para dar salida rápidamente a los artículos que tiene a la venta".

Para la Ley Federal de Protección al Consumidor la oferta es el ofrecimiento al público de productos o servicios, en iguales condiciones a las que prevalecen en el mercado, a precios rebajados o inferiores a los de éste.

El término "oferta", tiene para los comerciantes un significado que presupone la venta de los artículos a un valor más bajo que el fijado en su tiempo anterior.

La estrategia

Para llevar a cabo la venta de sus productos, los comerciantes se valen de ciertas artimañas que parten de las características psicológicas del comprador.

"Las 'ofertas' manipulan la atención del consumidor al extremo de que casi lo obligan a adquirir el producto, aunque no lo necesite. Esto sucede porque se presenta como una "oportunidad única", señala un estudio titulado *Compras por impulso*, realizado por el Departamento de Estudios Económicos del INCO.

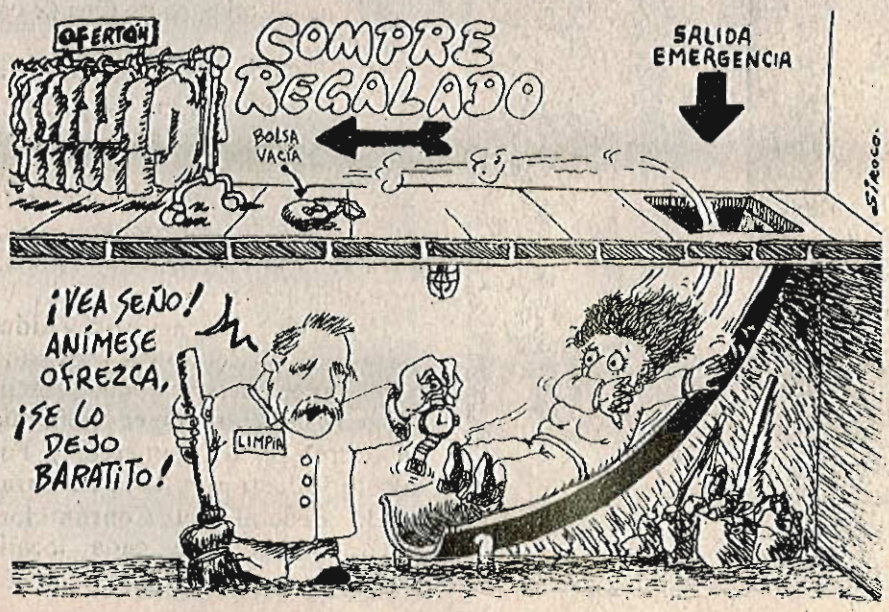
Otra investigación de la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (AMEDEC) indica que con las "baratas" se busca explotar esa necesidad que tenemos todos los consumidores, a la hora de hacer nuestras compras, de sentirnos seguros, sagaces, buenos compradores y con ello darnos la idea de que sí sabemos gastar nuestro dinero.

"Y en caso de no comprar en la promoción —agrega el estudio de la AMADEC— se nos hace sentir como tontos, por no aprovechar la oportunidad".

De esta manera, las "ofertas" planeadas por los comerciantes son catalogadas por la investigación del Departamento de Estudios Económicos como "compras de impulso planeado". Al respecto, se explica que para "el comprador estas 'gangas' representan la decisión de adquirir con base en un conjunto de estímulos preparados previamente por el vendedor, que orillan a comprar más de lo necesario".

Para lograr su objetivo, los centros comerciales dan a conocer las "baratas" con tonos de urgencia, con grandes carteles, creando estados de ansiedad en el consumidor, señala el estudio realizado en el Instituto Nacional del Consumidor.

Además, "en casi todas las 'liquidaciones' se establece un ambiente de feria, de festividad o de ligereza, como amontonar la mercancía en grandes alteros, para buscar la confabulación de todos los elementos y de esa manera hacer olvidar a los consumidores sus verdaderas necesidades y los límites de su presupuesto", añade el estudio de la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor.



La explotación de la vanidad

Las "gangas", "ofertas", "baratas" o "liquidaciones" se dan en todos los productos: desde una caja de pasadores para el cabello hasta sofisticados aparatos eléctricos. Sin embargo, la mercancía que más se explota en estas "oportunidades es la de la ropa, que ocupa un 25 por ciento de todas las "baratas" habidas y por haber, según establece la investigación de la AMEDEC.

Estos porcentajes no son fortuitos: los oferentes conocen la vanidad del ser humano y la aprovechan. Esta característica ha sido utilizada por los grandes comerciantes para ofrecer diversas formas de vestir de acuerdo con la temporada del año.

Para ellos, la primavera es una de las estaciones que reportan grandes ganancias. Esto por dos razones esenciales: por una parte

termina el invierno, donde se empleó ropa propia para el frío y existe la necesidad de adquirir un vestuario fresco para los "calorones" que ya se iniciaron; por otra, se considera la ley natural ya que varias especies animales, como la víbora, cambian de piel en esta estación del año.

La verdad sospechosa

Por ahí se dice que una mentira repetida mil veces se convierte en verdad y en el caso de las "ofertas" sucede algo semejante. Porque aunque las "baratas" no sean tales, los consumidores las toman como si lo fueran.

Así, las oportunidades de compra que ofrecen los vendedores responden a una planeación de las utilidades que van a lograr. Como se dice en nuestro rico lenguaje popular "no se da brinco sin huarache": para los comerciantes son redituables las "ofertas", porque venden lo más pronto posible y pueden comprar nuevas mercancías para próximas "gangas".

De esta manera, continuando con el uso de nuestros refranes, "no tiene la culpa el indio, sino el que lo hace compadre": ya que la pérdida del poder adquisitivo de los grandes sectores de la población, ha repercutido en una baja en el nivel de ventas de las grandes cadenas comerciales las cuales como paliativo recurren a promover sus mercancías como "ventas de temporada", "campañas de ahorro", "la gran barata anual", y demás lemas que les hagan conseguir compradores.

Ante este recurso de los comerciantes, la Ley Federal de Protección al Consumidor menciona, en sus artículos 15 y 16 las reglas que protegen a los consumidores de las "gangas", las "ofertas" y las "liquidaciones" y explican lo que es una promoción y una oferta.

Los apartados prevén los siguientes aspectos:

Artículo 15: Se entiende por promoción el ofrecimiento al público de bienes o servicios con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio de cualquier naturaleza en forma gratuita, a precio reducido o a través de participación en sorteos, concursos o eventos similares.

También se considera promoción, el ofrecimiento de un contenido mayor en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido o de dos o más productos iguales o diversos por un solo precio, así como la inclusión, en tapas, etiquetas o envases, de figuras, o leyendas distintas de las que obligatoriamente deban usarse o a cuyo uso se tenga derecho.

Por "ofertas", "barata", "descuento", "remate" se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los que se registran en el mercado o en su caso, a los normales del establecimiento.

Artículo 16: En las promociones y ofertas se observarán las reglas siguientes:

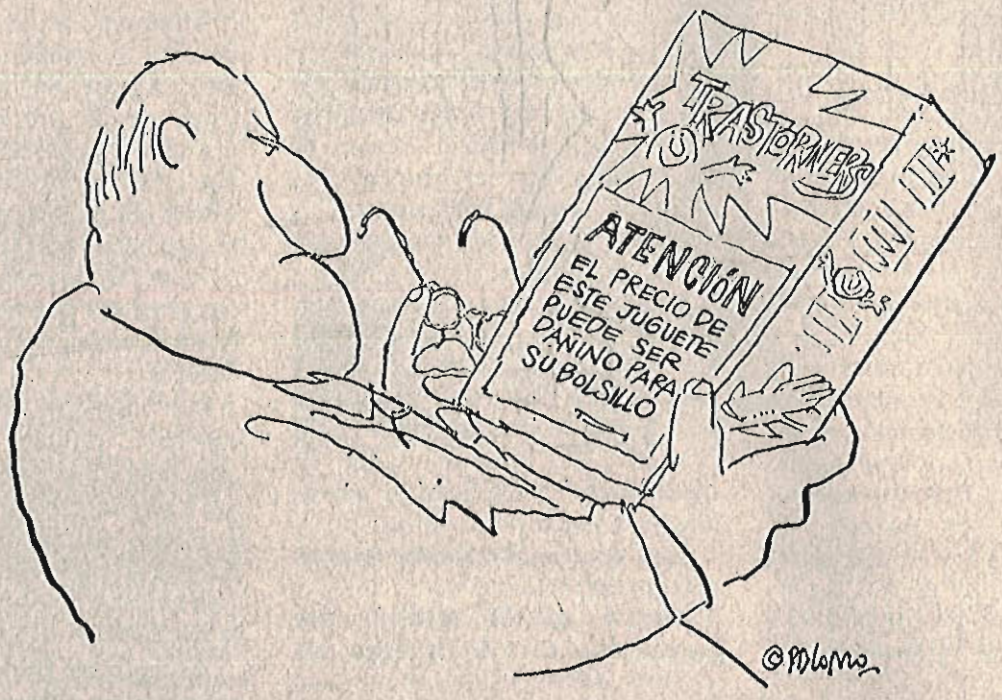
I.— En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, el término de duración o el volumen de mercancías ofrecidas. Si no se fija plazo ni volumen, se presupone que son indefinidos en tanto no se haga del conocimiento público, la revocación adecuada a través de los mismos medios de comunicación.

II.— Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho, durante el término o en tanto exista el volúmen de mercancías del ofrecimiento, a la adquisición de los productos o a la prestación del servicio objeto de la promoción u oferta.

Estas disposiciones son válidas para toda la República Mexicana y cualquier queja se puede presentar a las oficinas o delegaciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial o de la Procuraduría Federal del Consumidor, correspondientes a cada localidad.

Cuidado con la fayuca

Amalia Beltrán Espinosa



Si va usted a comprar juguetes, le recomendamos que adquiera aquellos que respetan las garantías estipuladas por la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual señala:

Artículo 6o. Es obligación de los fabricantes indicar en términos comprensibles y veraces, en los empaques, envolturas o etiquetas, los elementos, sustancias o ingredientes de que están hechos o constituidos, así como sus propiedades, características y los instructivos y advertencias para el uso normal y conservación del producto.

Artículo 11. Los términos de las garantías serán claros y precisos. En todo caso deberán indicar su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que puedan hacerse efectivas. Cuando las garantías no cumplan los requisitos mencionados, podrá ordenarse su modificación o prohibirse su ofrecimiento.

Artículo 12. Cuando se expendan al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, deberá indicarse de manera precisa y ostensible en el empaque y nota de compra.

Artículo 13. El proveedor deberá incorporar en los productos peligrosos, la advertencia e informes para que su empleo se realice con la mayor seguridad posible, por ejemplo, en los juguetes de física y química experimentales.

En el caso de los juguetes eléctricos, es importante que la envoltura traiga el sello de garantía NOM-I, otorgado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el cual avala la seguridad de éstos.

Recuerde que si usted compra un juguete extranjero, y éste le sale defectuoso o se le descompone, no podrá exigir su reparación, y difícilmente encontrará las piezas en México.

Evite el riesgo, que es frecuente cuando se adquieran productos de este tipo, que entraron al país en forma ilegal. Los comerciantes de esta clase de artículos compran constantemente lotes de segunda, defectuosos o fuera de serie, en los países que los producen. También se corre el peligro de comprar juguetes falsificados y de muy baja calidad.

Si usted nota alguna anomalía en las indicaciones que trae la envoltura del juguete elegido, es mejor que lo cambie por otra marca, ya que las condiciones de garantía deben ser claras y precisas para hacerla válida en un momento dado.

No olvide que la nota de compra es indispensable para hacer cualquier tipo de reclamación y exigir el cumplimiento de la garantía.

Morir por una fumada

En abril 30 de 1894, el cigarrillo moderno nacía en Carolina del Norte (EUA) fabricado por W. Duke e Hijos. Aquel día, la máquina Bonsack para enrollar cigarrillos, pasaba su última prueba, habiendo funcionado con éxito durante todo un día de trabajo. Era el fin de los tiempos del enrollado a mano. Sobrevendría el establecimiento de grandes fábricas, y consecuentemente el número de fumadores aumentaría sustancialmente.

Por décadas ha sido bien conocido el hecho de que fumar es una amenaza para la salud; y no sólo para la salud de los fumadores activos, sino también para la de los fumadores pasivos, que involuntariamente respiran el aire cargado con humo de cigarrillo.

Los efectos del humo de cigarrillo en el cuerpo humano, dependen de la frecuencia, la cantidad inhalada y el tiempo que se mantiene en los pulmones. También dependen de la edad, sexo, salud, peso, ánimo, tolerancia, experiencias pasadas y actividades del fumador, así como de las circunstancias bajo las cuales el cigarrillo es fumado.

Los riesgos para la salud van desde un "mal menor", como "la tos de fumador" y dificultad para respirar, hasta el enfisema y el cáncer.

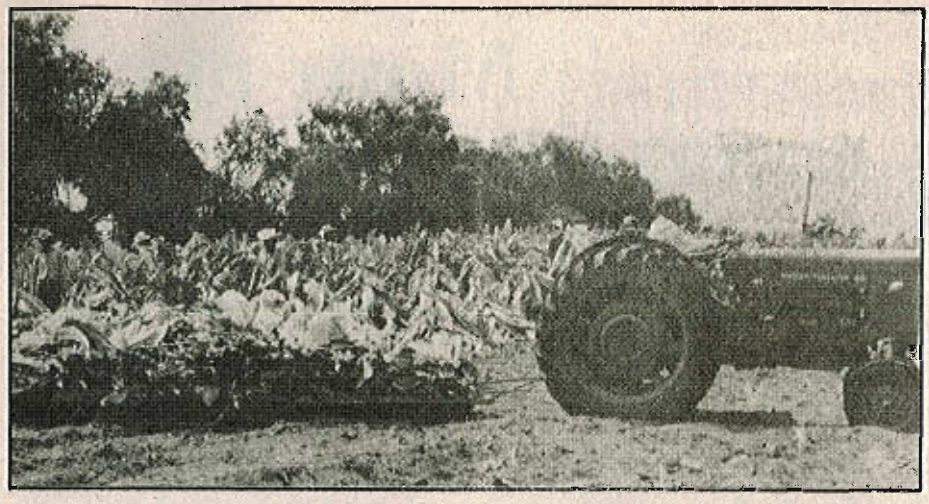
Irónicamente, los tóxicos constitutivos del humo de los cigarrillos (ver recuadro: *Qué contienen los cigarrillos*), están más altamente concentrados con el flujo del humo (*el golpe abrasador*), al cual los fumadores "pasivos" están tan expuestos como los fumadores "activos".

Actualmente las evidencias científicas de los riesgos son tan abrumadoras que nadie las cuestiona demasiado, excepto, claro, la industria del tabaco.

Todavía millones de personas en el mundo siguen arrojando bocanadas de humo, y pagan el descuido con su salud y seguridad.

¿Por qué fuma la gente? Hay diversos factores que contribuyen a ello, que prolongan y sostienen la epidemia de fumar. Por un lado, fumar ha sido socialmente aceptado e incluso puesto de moda por generaciones. Así, condenar el tabaco o prohibir fumar no son pasos que puedan darse a la ligera. Además, los impuestos y tributos exigidos en la importación, exportación, venta, distribución y promoción de los cigarrillos, representan recursos muy significativos para los gobiernos. Por ejemplo, en Nueva Zelanda los impuestos y tributos sólo de los cigarrillos, son suficientes para hacer frente al presupuesto de la industria farmacéutica.

La fuerte promoción persuasiva del cigarrillo por medio de anuncios "ingeniosos", es otra de las causas fundamentales de la epidemia de fumar. Las altamente sofisticadas tácticas del mercado desarrollado por la industria del tabaco, no sólo refuerzan el hábito



del fumador consumado, sino que inexorablemente atraen a nuevos consumidores a su primer cigarrillo. Por último, aunque no menos importante: muchos fuman simplemente porque están ya enganchados y no pueden quitarse el hábito.

Fumar es un vicio, y fumar por largo tiempo frecuentemente conduce a una dependencia física y psicológica. Se ha probado que de cada cuatro fumadores, tres han tratado de dejarlo de una forma o de otra, y solo uno lo ha conseguido. Sin embargo, el deseo vehemente de una fumada abate a un fumador reformado después de meses, o años de abstinencia.

Por ejemplo, un periodo de ansiedad extrema o de extremo cansancio puede despertar espontáneamente el deseo latente de fumar.

Como el cigarrillo está cada vez menos de moda en Occidente (debido a la amplia difusión de los riesgos del fumar, que han hecho las asociaciones protectoras de la salud), la industria del tabaco ha puesto la mira en el lucrativo mercado del Tercer Mundo. Los países desarrollados cuentan ahora con el 63 por ciento de la producción mundial del tabaco, comparado con el 58 por ciento en 1972-74 y el 50 por ciento en 1961-63. Al mismo tiempo, mientras el consumo de tabaco está descendiendo 1.1 por ciento por año en los países desarrollados, está incrementándose 2.1 por ciento anual en el Tercer Mundo. (*Tabaco Alert*, junio 1984, Organización Mundial de la Salud. Génova, Suiza 1984).

¿Por qué pasa esto? Muchos países del Tercer Mundo han sido inducidos a creer que el cultivo del tabaco no sólo es aceptable, sino que también deja gran cantidad de dinero comparado con el cultivo de otras plantas. Bajo esa premisa, se promueve la idea de que es necesario reducir la importación de tabaco y proporcionar empleo a miles de personas en el cultivo, recolección, conservación, procesado, transportación, publicidad y venta de los cigarrillos. Por supuesto, la recaudación de impuestos sobre los productos del tabaco es un modo seguro para llenar las arcas del gobierno. Sin embargo, mientras el tabaco parece provechoso para los agricultores y gobiernos, los "beneficios" económicos deben ser evaluados sobre todo en relación con la cadena de costos que rodea al vicio de fumar. En el balance final, el producto total de las contribuciones derivadas del tabaco y los cigarrillos no es mayor a los costos del tratamiento médico de las enfermedades que incluyen a una muerte prematura, ni a las pérdidas de trabajo en las tierras ocupadas por cultivo del tabaco que podrían ser usadas para sembrar alimentos. Se cambian los bosques por los inútiles sembradíos de tabaco; se pierden muchos días de trabajo a causa de las enfermedades asociadas al vicio de fumar.

La industria del tabaco es indudablemente la más grande, la más establecida, la más agresiva (y desafortunadamente la más efectiva) generadora de oposición al esfuerzo mundial por frenar el hábito de fumar y por desplegar campañas en favor de la salud.

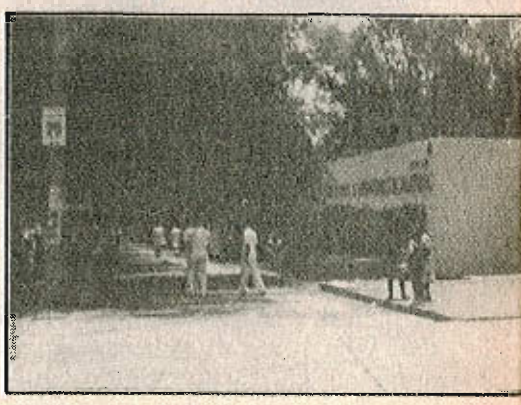
Es sabido que las corporaciones multinacionales del tabaco hacen grandes esfuerzos, cuidadosamente planeados, para frustrar y disuadir a los gobiernos de emitir algún reglamento en contra del tabaco, incluso cuando no hay sino una remota posibilidad de reducir el tabaquismo. La industria del tabaco ignora o rechaza las conveniencias de los avisos que señalan lo que contienen sus productos; o bien acepta esos señalamientos, pero sigue promoviendo el consumo.

Hace tiempo que se pretende engañar al público con las confusas controversias entre salud y tabaquismo. Esas multinacionales también has sido acusadas de usar una denigrante estrategia de doble juego en favor de los países desarrollados y en perjuicio de los subdesarrollados.

Muchas medidas para combatir el tabaquismo han sido dirigidas a los individuos, en lugar de hacerlo a lo que origina el problema: la industria del tabaco. Por ejemplo, las medidas gubernamentales para reprimir el tabaquismo generalmente se proponen:

—Desanimar a los más jóvenes de empezar a fumar.

—Animar a los fumadores a dejar el hábito, especialmente a grupos de alta prioridad como muje-



res embarazadas o gente con historial médico y con problemas.

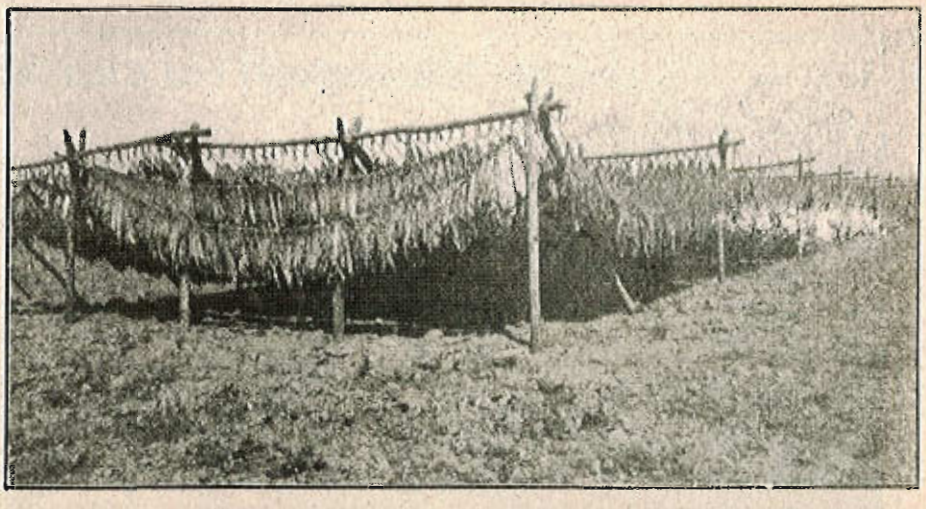
—Proteger el derecho de los no fumadores a respirar aire libre de humo.

—Convencer al público de que fumar es peligroso, que atenta contra la salud y que es socialmente indeseable.

—Impulsar amplias campañas contra el tabaco.

Pero la industria del tabaco está muy lejos de desear un enfrentamiento violento con las campañas de ese tipo. El verdadero desafío para la industria del tabaco son las campañas conducidas con ingenio, que se introducen en la legislación gubernamental y se convierten en medidas legislativas que afectan directamente el abastecimiento y la demanda de cigarrillos. Estas campañas son una pesadilla reciente para la industria del tabaco.

Mientras más y más gobiernos establecen legislaciones, aunque rudimentarias, para controlar el tabaquismo, la industria del tabaco tiende más a cambiar sus estrategias de mercado. "Transferencia de imagen", o anuncios por asociación, es lo que se está usando ahora, especialmente en países donde están en entredicho otras formas de anuncio claro. Esas sutiles o disimuladas formas de anuncios, incluyen el patrocinio de eventos deportivos, espectáculos musicales, exhibiciones culturales, páginas de revistas donde se promueve ropa exclusiva, relojes, plumas y otros accesorios personales. No necesitamos mencionar que todos estos "ingeniosos" trucos son



el puente para vender el producto principal de la industria del tabaco: los cigarrillos.

Puesto que es el consumidor el que paga los costos económicos y de salud del tabaquismo, es conveniente que los consumidores de todo el mundo se unan y luchen contra la amenaza del tabaco.

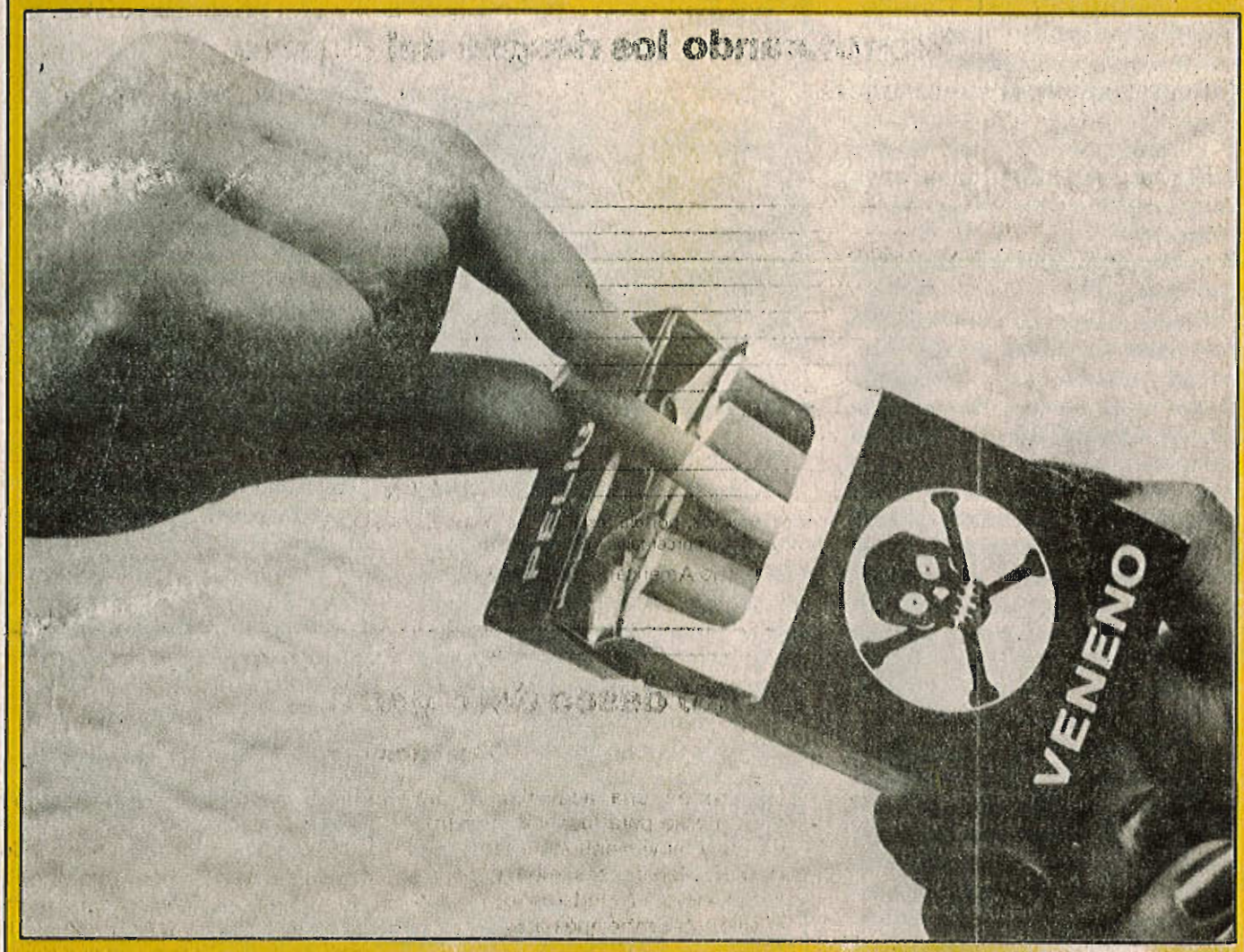
¿Qué tácticas pueden adoptar los grupos de consumidores contra la poderosa industria del tabaco? A la eficacia e impacto de cada táctica parece haber una mejor respuesta por parte de la industria. Pero entre más vehemente o más ofensiva sea esa respuesta, más grande debe ser la certeza de que el movimiento contra el tabaco está en el camino correcto. Por el contrario, si la industria "ni siquiera parpadea", se puede estar seguro de que a las tácticas adoptadas les falta fuerza.

Nota: Estos materiales fueron tomados de "Consumer Interpol Focus, No. 10, Diciembre de 1984. Traducción: Martha Cecilia Padilla.

¿Qué contienen los cigarrillos?

Los componentes nocivos de los cigarrillos son: monóxido de carbono, nicotina, alquitrán, óxido de nitrógeno, nitrosamina, hidrógeno de cianuro, derivados sulfúricos, aldehídos, acetona, amina aromática, *alkanes* y *alkenes*, ácido carboxílico, arsénico y residuos de varios pesticidas.

La mayor parte de estos componentes son bien conocidos como peligrosos para la salud. Algunos son toxinas, otros carcinógenos y mutágenos. Tres sustancias en particular —monóxido de carbono, nicotina y brea (alquitrán)— han sido señalados como los culpables de causar las enfermedades por el tabaco. Estos tres están presentes en suficientes cantidades para arriesgar la salud de los humanos y son rápidamente absorbidos por los tejidos expuestos, los órganos y los fluidos. La relativa cantidad de cada componente, varía según el tipo de tabaco del cigarrillo, el modo en que éste es fumado y la temperatura en la que es quemado. Muchas marcas de cigarrillos, especialmente los "bajos en alquitrán", y "bajos en nicotina", también contienen aditivos químicos que son agregados en variados sabores, aromas, colores y características de quemado. Puesto que el cigarrillo no ha sido definido como alimento o droga, los fabricantes no están obligados a revelar la identificación ni el nivel de participación de estos ingredientes.



Contra los mercaderes de la muerte

Cualesquiera que sean las tácticas antitabaquismo que se adopten, la menor demanda contra la poderosa y firmemente atrincherada industria del tabaco encontrará una rígida oposición. Hay millares de dólares en juego. Como dijo Williams Hobbs, presidente de la multinacional R.S. Reynalds: "Si ellos (los del movimiento antitabaquismo) hacen que un consumidor deje de fumar un solo cigarrillo al día, nuestra compañía estaría perdiendo 92 millones de dólares en ventas al año. Le aseguro que no dejaremos que eso pase impunemente".

Para los consumidores y otros grupos de interés público, el desafío es claro. La pregunta es: partiendo de esto, ¿a donde llegaremos? De acuerdo con las conclusiones obtenidas por Mike Daube, en la Cuarta Conferencia Mundial sobre el Tabaco y la Salud, celebrada en Estocolmo en 1979, los activistas contra el tabaco tienen que declarar la guerra contra la industria. "Nosotros reconocemos muy claramente que ésta es una guerra con un determinado enemigo", dijo. "La industria del tabaco ha demostrado en cada continente que ha perdido todo derecho a ser considerada como algo más que no sea la oposición. Los mercaderes de la muerte son los fabricantes, y tenemos que enfrentarlos en cada campo de batalla, lo mismo en el de la salud, que en el político, social, económico o cualquiera otro".

En el Congreso Mundial en Bangkok, declarado del 5 al 14 de diciembre de 1984, la Organización Internacional de Asociaciones de Consumidores (International Organization of Consumers Unios, IOCU), movimiento mundial del consumidor, reconoce que las enfermedades producidas por el tabaco han llegado a proporciones de epidemia en el Tercer Mundo, y mantiene una campaña concentrada en el combate contra el mercado y las tácticas promocionales de la industria del tabaco en la reducción de su incidencia en todo el mundo. Con acciones como éstas y con los esfuerzos de los grupos contra el tabaco en el mundo, está teniendo lugar, ahora, el primero y más grande paso para una generación de "no fumadores".

Cuantificando los riesgos del cigarro

SELECCION DE ENFERMEDADES POR CATEGORIA	¿CON QUE PORCENTAJE LOS FUMADORES INCREMENTAN LOS RIESGOS DE MUERTE? *
– Cáncer de pulmón	700% – 1,500%
– Cáncer de la laringe	500% – 1,300%
– Cáncer de las cuerdas vocales	300% – 1,500%
– Cáncer del esófago	400% – 500%
– Cáncer de vesícula	100% – 300%
– Cáncer pancreático	100%
– Cáncer del riñón	50%
– Enfermedades de las coronarias	70% 300%
– Enfisema y otras obstrucciones crónicas de las vías respiratorias (excluyendo el asma)	1,000% 2,000%
– Ulcera péptica	100%

* Una persona que fuma una caja de cigarrillos o menos, por día, está asumiendo los porcentajes de riesgos más bajos de la escala; y aquéllos que fuman más de una cajetilla al día asumen los porcentajes más altos de la escala.

FUENTE: *Tabaco o salud, es tu elección.* Consejo Americano de Ciencias y Salud, Summit, New Jersey, USA, Enero 1984.

Ese oculto deseo del cigarro

Oscar Romero

Tomar el cigarrillo entre los dedos, fruncir el ceño mientras torcemos la "colilla" hacia la comisura de los labios, llenar los pulmones de "humo embriagador" y expulsarlo con desdén hacia la atmósfera, puede ser el placentero ritual que nos convierta de fumadores en posibles víctimas del enfisema o el cáncer.

Pretextos sobran para encender el cigarrillo: escape a las penas, lenitivo a la ansiedad, calmante para los nervios crispados y hasta instrumento de poses "intelectuales".

Pero, ¿qué hay detrás de ese oculto deseo de cigarro? Al respecto nos habla Carlos L. Sastre, sociólogo especialista en la investigación motivacional en productos de difusión masiva, de El Colegio de México.

El doctor Sastre explica que, ante todo, puede decirse que los cigarros constituyen uno de los pocos "juguetes" con los cuales puede entretenerse el hombre moderno casi en cualquier momento de su jornada.

Agrega que, "como entretenimiento y compañía, el cigarro es útil psicológicamente, nos permite descargar la tensión y en particular nos procura un fácil pretexto para hacer un alto en una actividad, es un dócil auxilio para justificar nuestros gestos y movimientos, y es una manera de llenar esos momentos de desconcierto o indecisión en los cuales no se sabe qué hacer".

En segundo lugar, continúa el investigador, los cigarros se utilizan como "emblemas" portadores de diversas significaciones sociales, algunas de las cuales se refuerzan por los mensajes publicitarios. Así, en el pasado –y aún hoy en sociedades tradicionales– el fumar es un signo de liberalismo en la mujer; igualmente, fumar en presencia de los mayores marca el paso entre la infancia y la vida adulta.

En cuanto a la publicidad, Carlos Sastre afirma que "es un factor muy importante en la elección de la marca de cigarros, aunque los fumadores lo nieguen. Cada producto tiende a diferenciarse atribuyéndose rasgos de origen, pertenencia, connotación sexual y social, estilo y temática publicitaria propios".

Añade que a tal punto son relevantes estos aspectos, "que en pruebas realizadas a ciegas, el fumador no es capaz de reconocer su marca sobre las demás. No sólo fumamos tabaco, sino que nos vestimos con la marca".

En este sentido, el investigador comenta que, "el hombre conoce su alrededor estableciendo diferencias, de manera que gustamos del café porque lo diferenciamos del té. Es así como podemos comer carne o pastas, o beber agua o vino; pero sólo podemos respirar aire, el aire no tendría opuesto con el cual diferenciarse, a no ser por el humo.

"El carácter del cigarro es altamente paradójico; sabemos que puede dañarnos, pero acentúa la actividad vital que es la respiración. En ese sentido, es un conjuro, alude a la muerte y hasta la convoca, pero en la práctica ratifica la vida y niega la muerte".

Carlos Sastre concluye que: "el fumador que encogiéndose de hombros dice: 'de algo hay que morir', no sólo no cree que esté suicidándose con cada cigarro, sino que expresa su ilusión de que puede elegir su muerte, de que ella no será un encuentro prematuro e imprevisto, sino el término inevitable de un largo proceso. Lamentable forma, ésta del cigarrillo, de engañar al inconciente".

Comportamiento de los precios

a).— INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR.

Según la información difundida por el Banco de México, la inflación en enero y febrero de 1986 llega a 13.7 por ciento, medida con el Indice Nacional de Precios al Consumidor. De acuerdo con éste, para los meses de enero y febrero se registraron incrementos de 8.8 y 4.4 por ciento respectivamente en los precios.

De acuerdo con estas cifras, para poder alcanzar la meta gubernamental de una inflación de 45 por ciento para 1986, sería necesario que a partir de marzo se registrara una tasa mensual máxima de 2.5 por ciento.

Mientras que para el mes de enero los rubros que mostraron un mayor crecimiento fueron los de alimentos, bebidas y tabaco (10.7 por ciento) y el de vivienda (10.2 por ciento), para el mes de febrero fueron los de muebles y enseres domésticos (7.2 por ciento) y ropa y calzado (5.7 por ciento).

b).— CAMBIOS EN LOS PRECIOS OFICIALES.

De acuerdo con el seguimiento de los precios oficiales que realiza el Instituto por medio del Departamento de Estudios Económicos, se han detectado variaciones en diversos productos controlados. Es así como, dentro de un grupo seleccionado de éstos, se observó que en lo que respecta a alimentos básicos, el pescado (sierra entera del golfo) aumentó para el mes de febrero, en relación al precio vigente en diciembre de 1985, el 41.0 por ciento; el huevo 28.3 por ciento, la leche 25.0 por ciento y el aceite de cártamo un 25.7 por ciento.

Considerando además las variaciones en los precios de otros bienes y servicios seleccionados para el mismo periodo estudiado, se observa (cuadro No. 3) que los mayores incrementos fueron para la electricidad de uso doméstico con 127.7 por ciento y la gasolina (54.6 por ciento).

CUADRO No. 1

Indice nacional de precios al consumidor por rubros — 1986

(Incrementos Porcentuales con respecto al més anterior)

RUBROS	ENERO	FEBRERO	ACUMULADO 1986
INDICE GENERAL	8.8	4.4	13.7
– Alimentos, bebidas y tabaco	10.7	3.0	14.0
– Inmuebles y enseres domésticos	4.0	7.2	11.5
– Ropa y calzado	3.1	5.7	9.0
– Vivienda	10.2	5.5	16.3
– Salud y cuidado personal	8.1	5.2	13.7
– Educación y esparcimiento	8.3	4.1	12.7
– Transporte	7.7	5.3	13.4
– Otros	12.7	4.0	17.2

FUENTE: Indice de Precios del Banco de México.

CUADRO No. 2

Precios oficiales de productos básicos y otros en el Distrito Federal

(Pesos)

PRODUCTO	Unidad de medida	DIC.	FEB.	Variación Feb./86 Dic./85
Carne de res (Bisteck)	Kg.	1,160	1,325	14.2
Pescado (sierra entera del Golfo)	Kg.	780	1,100	41.0
Tortilla	Kg.	45	45	-o-
Pan (bolillo)	Pza.	8	8	-o-
Leche (Alpura)	Lt.	96	120	25.0
Huevo	Kg.	265	340	28.3
Azúcar Standard	Kg.	91	91	-o-
Arroz tipo sinaloa	Kg.	194	194	
Frijol	Kg.	230	230	-o-
Sal refinada	Kg.	46	57	24.0
Aceite de cártamo (env. desechable)	Lt.	342	430	25.7

FUENTE: Unidad de Precios, INCO

CUADRO No. 3

Precios oficiales de otros productos y servicios seleccionados en el Distrito Federal

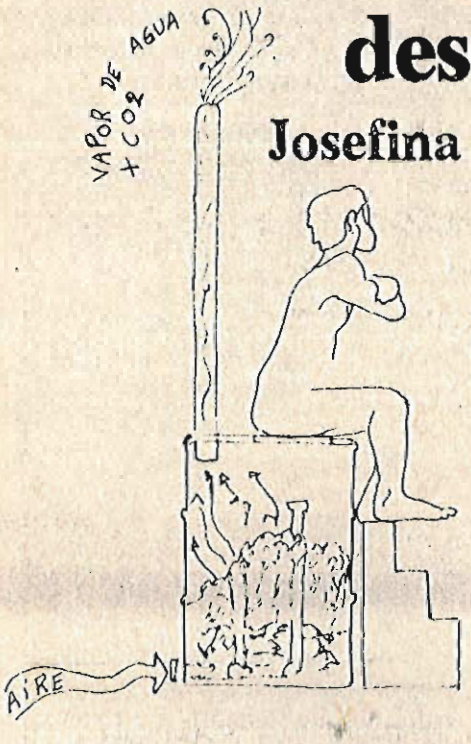
(Pesos)

CONCEPTO	Unidad de medida	DIC.	FEB.	Variación Feb./86 Dic./85. %
GAS (doméstico)	Kg.	30	40	33.3
ELECTRICIDAD (consumo doméstico)	Kilowat/hora	10.21	22.46	127.7
GASOLINA	Lt.	55	85	54.6

Cómo aprovechar los desechos orgánicos

Josefina Mena, creadora del SIRDO

J. Ignacio Rodríguez Reyna



"El SIRDO (Sistema Integral de Reciclaje de Desechos Orgánicos) es un sistema que tiene como objetivo reciclar todos los desechos líquidos y sólidos biodegradables que se producen en un barrio o en una comunidad. Además, contribuye a solucionar de una manera ecológicamente válida los problemas del manejo de la basura y de dotación de drenaje; produce también un beneficio económico a los usuarios".

En este sistema, señala la arquitecto Josefina Mena en entrevista con la *Revista del Consumidor:* se combinan dos tipos de descomposición que hasta ahora se consideraban incompatibles: la aeróbica —con aire— y la anaeróbica —con agua—. A diferencia del digestor, el SIRDO no se plantea producir gas metano a partir de la excreta humana, sino eliminar los patógenos que ésta contiene, y obtener en el proceso un valioso derivado en forma de tierra seca, un abono orgánico que sea fácilmente comercializable.

"Por medio del SIRDO —indica— es posible reciclar un 80 por ciento de las aguas jabonosas y obtener aguas aptas para riego de hortalizas."

"Las aguas recicladas —señala la investigadora— pueden ser sometidas a un tratamiento de radiaciones electromagnéticas (ionización) para lograr su potabilización, lo que permite retroalimentar a la vivienda con una dotación de agua apta para el consumo humano de 50 a 120 litros/habitante/día."

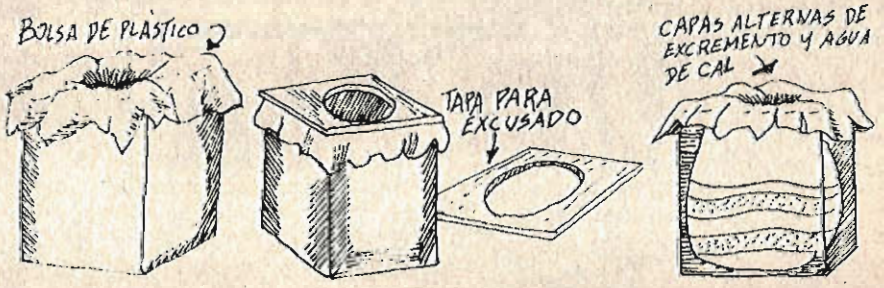
"El funcionamiento del SIRDO —apunta la coordinadora del Grupo de Tecnología Alternativa— es muy sencillo: las aguas jabonosas (provenientes del baño, la cocina y el lavadero) se envían a un filtro de acción biológica en el que se clarifican. Las aguas negras (procedentes del excusado) van a un tanque de sedimentación, en el que la excreta se separa del agua, y se obtienen lodos aptos para la aerobiosis. Estos lodos se conducen a una cámara biológica —el sistema cuenta con dos— y se dispersa sobre la basura que previamente ha sido depositada."

"Después de seis meses, se deja de utilizar esta cámara y se usa la otra. Al término de un período igual, el agua se habrá evaporado y los lodos y la basura se habrán transformado en un abono, libre de patógenos, que tendrá un alto contenido de materia orgánica, lo que le añadirá valor comercial".

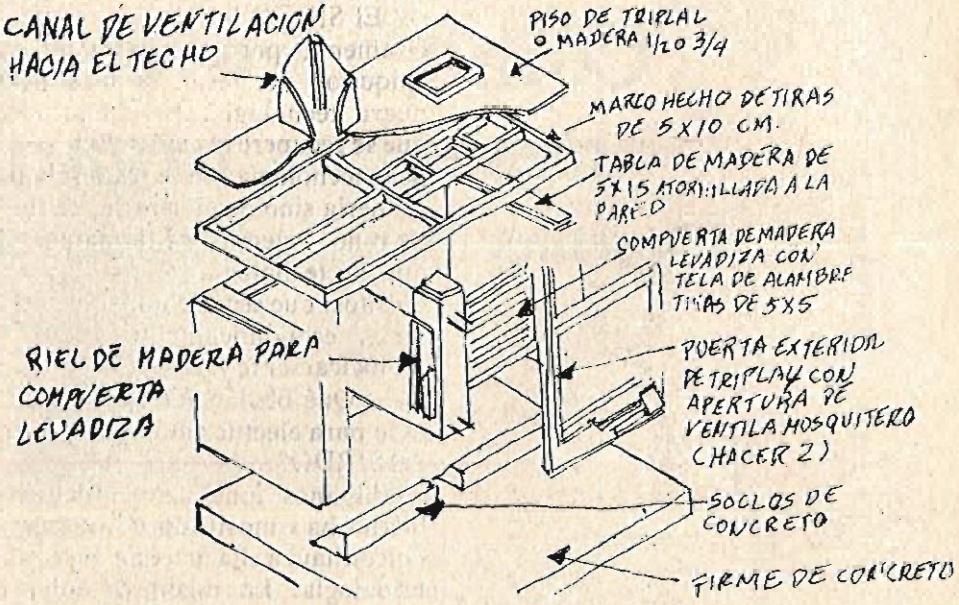
"Entre tanto —continúa la inventora del sistema— los líquidos excedentes del tanque de sedimentación son canalizados hacia los cultivos de flores y plantas de ornato, e incluso —después de ser tratados bioquímicamente— pueden ser empleados en la cría de peces."

En cuanto a las ventajas del SIRDO sobre otras tecnologías, la arquitecto señala que "es el único sistema diseñado para producir abono seco en el que es posible utilizar un excusado de agua; además de que su instalación es más económica que la de otros sistemas convencionales no contaminantes, como por ejemplo la fosa séptica."

"Sin embargo —precisa la arquitecto Mena— para nosotros lo importante no es sólo la implantación masiva del SIRDO sino la modificación de las bases sobre las cuales están estructuradas las colonias, los barrios, es decir la urbe. Nosotros estamos proponiendo un nuevo proyecto de vida; el SIRDO es parte de él.

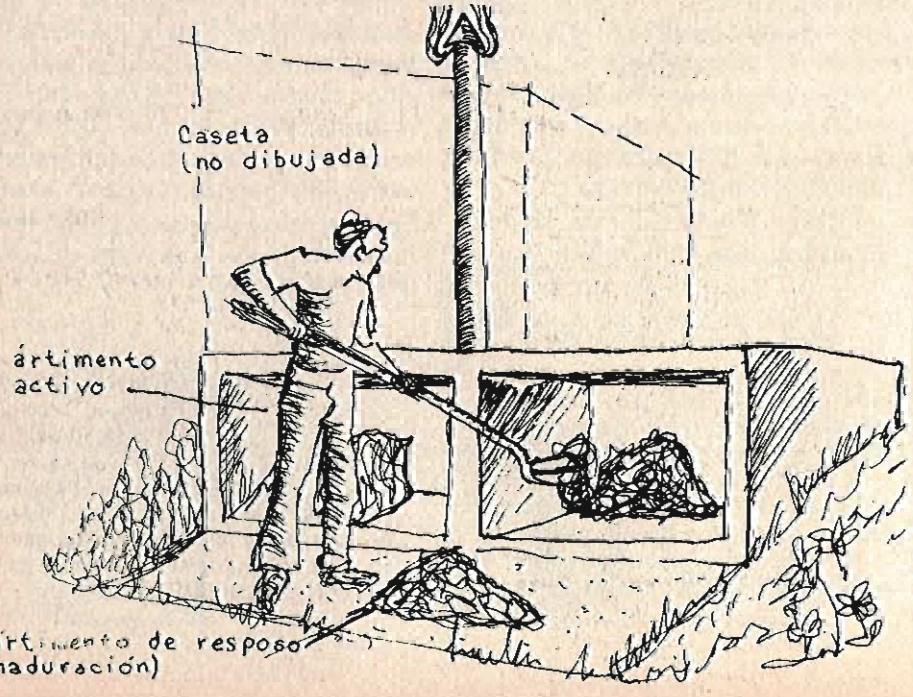


"Los esfuerzos —dice— que se han realizado después de los sismos de septiembre pasado se pueden clasificar en dos grandes grupos: unos, los que consideran a la vivienda perdida como lo principal, y que se avocan a la reconstrucción sin más reflexión. Ese es un enfoque viviendista. Se piensa que porque se tiene un lugar para vivir todos los problemas están resueltos; después se verá dónde se emplean los habitantes, cuánto ganan, dónde compran su comida, quién la produce. Este enfoque está muy difundido, no obstante que desde el punto de vista ecológico es completamente manco y superficial, y que simplemente restituirá a medias las viviendas perdidas."



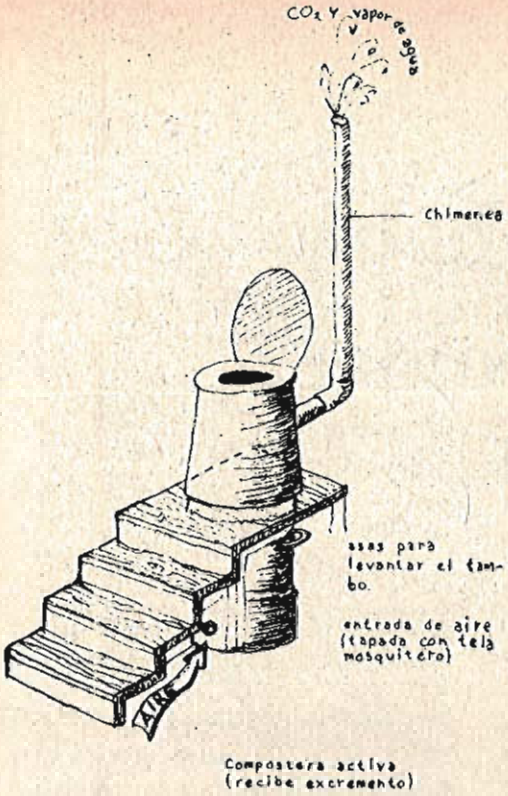
"Empero —apunta la investigadora— existe otra visión del problema que cuestiona la manera en que están planificadas las ciudades, cómo se vive en ellas, y la relación que tienen con el campo. Yo creo, continúa, que este es el momento de dar un gran salto; la solución no es reconstruir viviendas, más chicas o más grandes que antes, no se trata de un problema cuantitativo, sino cualitativo. Es preciso incorporar actividades productivas al ámbito de la vivienda para que ésta se transforme de consumista a semiconsumista. Ahora bien —dice— las soluciones no deben plantearse con un criterio unifamiliar; por el contrario, las soluciones deben darse en función de la comunidad."

"Por ejemplo, en El Molino, en la delegación Iztapalapa, el montaje de un taller procesador de abono está planteado como una empresa comunitaria, de tal manera que se generen empleos para los propios habitantes. En ese taller se clasificará el abono para venderlo como mejorador de suelos, fertilizante o soporte de bacteria, según la calidad que se obtenga. Pero lo más importante es que está programada la producción de abono inyectado con bacterias nitrogenantes, es decir de inoculante, que tiene un gran mercado, mucho más amplio y un mayor valor."



"Debe destacarse —enfatiza— que anteriormente se creía que sólo era posible fabricar inoculante en grandes plantas. Es urgente que se desmitifique esa tecnología, demostrar que es posible producir artículos fuera del contexto fabril, y que si son manufacturados en él son incosteables. Si el reciclaje del plástico —ejemplifica— se realiza en una gran planta, el costo de la limpieza representará el 40 por ciento del costo total del producto. Si se recolectan bolsas de plástico, se llevan al tiradero de Santa Fe, ahí se separan y se produce tubería con ellas, el costo del producto será mayor que si se comprara uno nuevo. Pero si la fábrica se lleva a la comunidad, ahí mismo se separa la basura, y se monta un pequeño taller productor de tubería, que haría que el producto fuera muchísimo más barato".

—¿Qué ha pasado con los intentos que se han realizado para el tratamiento de desechos?



Compostera activa (recibe excremento)

"Lo que sucede es que los proyectos son incosteables. Mire, el abono que se produce en las plantas de Aragón y Cerro de la Estrella es de muy baja calidad, porque cuando la basura llega a las procesadoras se encuentra en estado de putrefacción incipiente y está mezclada con metales pesados, etcétera. Por esto, el abono producido tiene muy poco valor comercial, en 1984, el precio de venta de un kilo de ese abono era de 2.50 pesos, en tanto que el precio del abono producido en el SIRDO era de 100 pesos. En realidad esas plantas son una carga económica para el presupuesto del gobierno, son unos elefantes blancos subsidiados."

"Esas plantas son producto de una concepción centralizada; tenemos un modelo de industrialización inadecuado: La única vía para que el reciclaje produzca beneficios económicos es la descentralización. Las procesadoras de basura deben trasladarse a la comunidad para que la basura se procese en el lugar donde se produce. El SIRDO no es más que eso: una pequeña planta descentralizada de tratamiento de desechos. Si el reciclaje no se descentraliza nunca será económicamente factible, y si no se cambian los esquemas nunca vamos a salir adelante.

"El SIRDO ha funcionado precisamente porque pensamos en chiquito, por eso creamos esta nueva tecnología. Es importante que se recupere el carácter creativo de la tecnología; no se trata sólo de venderla sino de generarla, se venda o no. Además, es fundamental que la tecnología reúna tres requisitos: que sea socialmente necesaria, económicamente viable y ecológicamente válida".

—¿Qué obstáculos han enfrentado para efectuar la implantación del SIRDO?

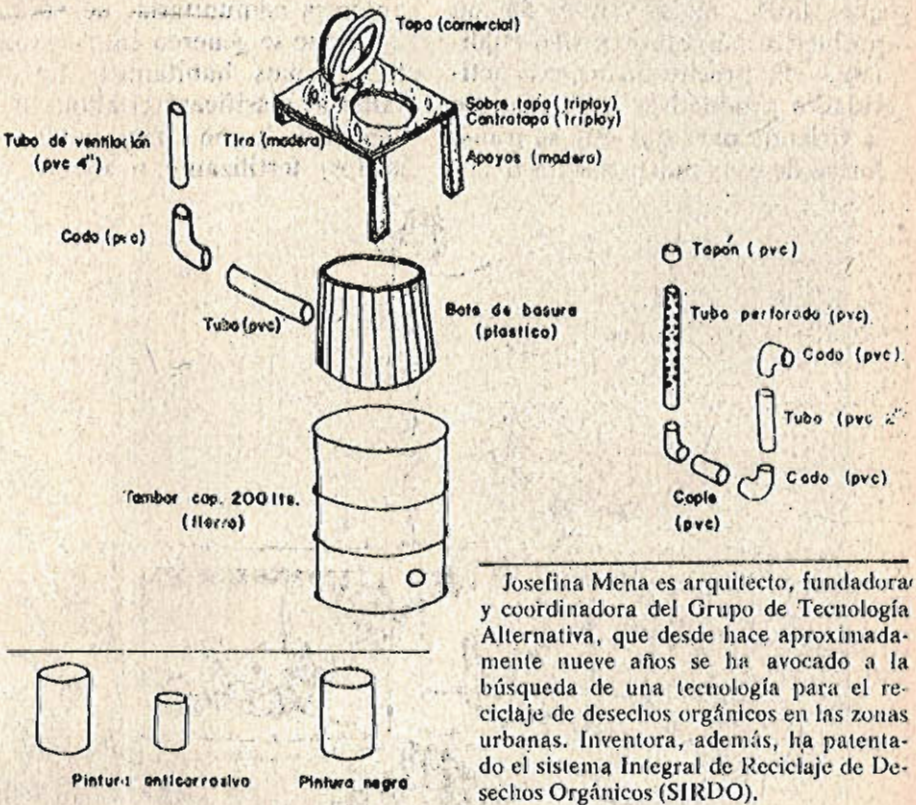
"Algunos funcionarios del gobierno han mostrado desinterés y desconfianza hacia este tipo de tecnología. La razón de que se obstaculice la implantación del SIRDO es que las nuevas tecnologías requieren de un aprendizaje social, de una toma de conciencia de la población, lo que generaría formas organizativas verdaderamente democráticas y permitiría asumir a la población que la tecnología es un instrumento de lucha."

"Claro que no buscamos enfrentarnos al gobierno, pero sí cuestionamos la centralización de ciertas decisiones; si se mantiene esta situación la gente se alienará aún más de la tecnología, y en consecuencia se producirán más desastres. Nuestro propósito es modificar la manera en que se producen las cosas; el modo de producción y su relación con el consumo es lo que provoca el desastre ecológico."

"La mayoría de las tendencias ecologistas se divorcian del aspecto productivo, dicen: 'las fábricas son el demonio de la sociedad, hay que eliminarlas'. Esto es incorrecto, porque las plantas industriales son una expresión del modo de producción. Es necesario, sí, llevar la empresa a la comunidad. Esto implica cambios muy fuertes en las estructuras económica y política, pero hay que intentarlo".

Baño Con Tambor

LISTA DE MATERIALES



Josefina Mena es arquitecto, fundadora y coordinadora del Grupo de Tecnología Alternativa, que desde hace aproximadamente nueve años se ha avocado a la búsqueda de una tecnología para el reciclaje de desechos orgánicos en las zonas urbanas. Inventora, además, ha patentado el sistema Integral de Reciclaje de Desechos Orgánicos (SIRDO).

¿Qué comen los bebés y qué deberían comer?

Amalia Beltrán Espinoza
Oscar Romero

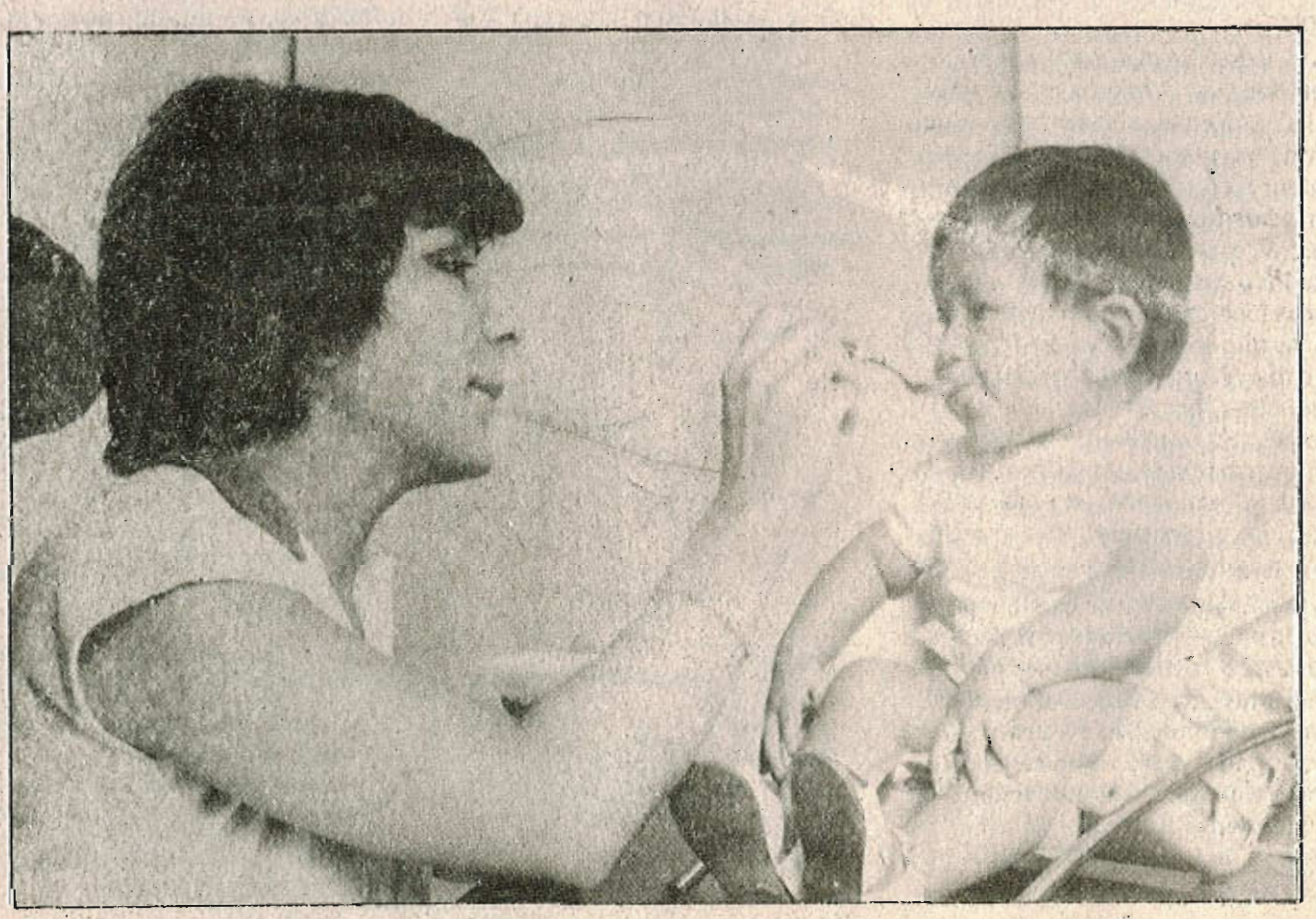
Tanto la alimentación como la educación de los bebés que han nacido en las últimas tres décadas, ha variado considerablemente.

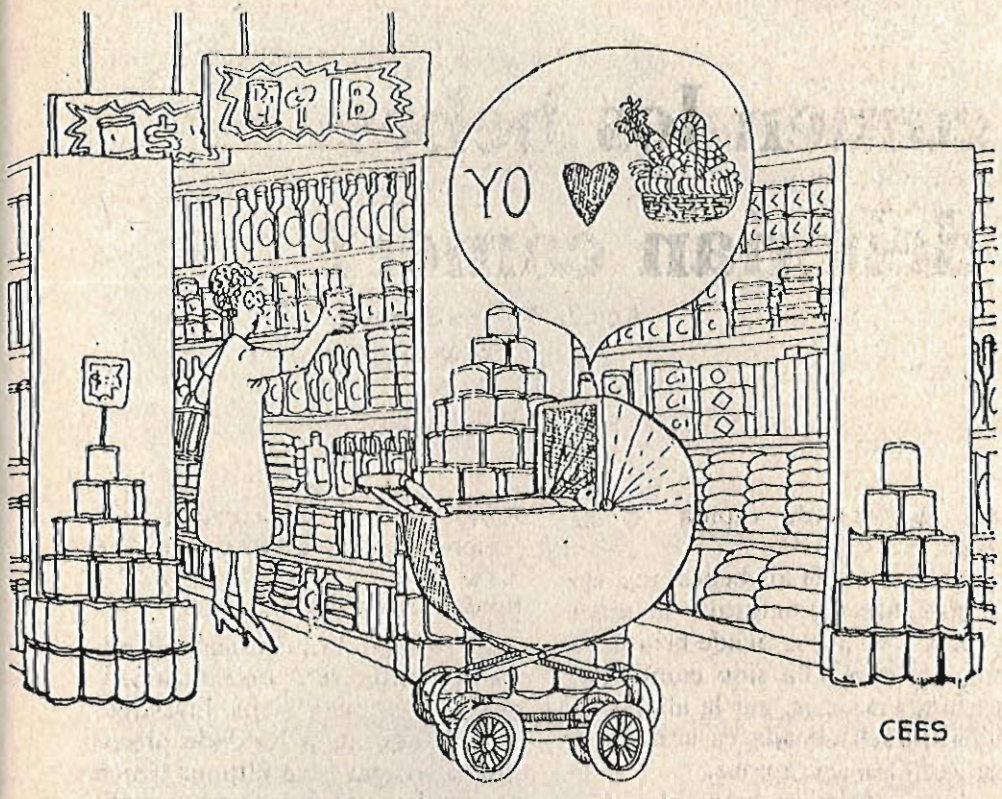
Con la cada vez más obligada incorporación de la mujer al trabajo remunerado, la reducción del tiempo de atención de los padres hacia los niños, particularmente en las grandes ciudades, existe una tendencia a acudir al servicio de guarderías, así como al consumo de "comida rápida" o industrial.

En el caso de los bebés, incluso la alimentación natural —máxima protección que se puede brindar a un lactante— ha sido cambiada, en muchos casos, por la alimentación industrializada en aras de la comodidad y la rapidez.

Ante este panorama, el INCO realizó un estudio sobre los *Productos Industrializados para bebés*, en el que se analiza la sustitución aún parcial en nuestros días, de la comida natural por los productos industrializados.

En México, la sustitución de alimentos naturales por industrializados, —apunta dicha investigación—, aún no se ha dado plenamente, ya que estos últimos tienen un precio superior al de los alimentos naturales. Sin embargo, para muchas madres que traba-





jan, el consumo de alimentos industrializados significa un ahorro de tiempo.

De acuerdo con datos proporcionados por el Instituto Nacional de la Nutrición y la Secretaría de Salud, en nuestro país aproximadamente el 60 por ciento de la mortalidad en los menores de cinco años, está relacionada con deficiencias alimentarias. La etapa más crítica es el primer año de vida, ya que se observa una tendencia cada vez mayor a abandonar la lactancia del pecho materno. Además, la introducción de otro tipo de alimentos es tardía y se realiza con productos de bajo valor nutritivo, preparados con escaso control de higiene.

En el medio rural existen prejuicios en torno a los cuidados infantiles; erróneamente se piensa que los niños no deben alimentarse más que con leche durante su primer año de vida. Esto repercute negativamente en la nutrición de los pequeños.

En el medio urbano, por el contrario, es frecuente el abandono prematuro de la lactancia y la introducción de otro tipo de alimentos, lo que redunda en el mismo resultado: desnutrición. Si a esto se suma en ambos medios la falta de medidas higiénicas, tenemos un alto índice de morbilidad y mortalidad entre la población menor de cinco años.

Por lo tanto, para un adecuado desarrollo infantil es necesario ofrecer una alimentación que proporcione los nutrientes básicos (proteínas, grasas, carbohidratos, minerales y vitaminas); que sea equilibrada y que responda y se adapte a las necesidades específicas de cada organismo.

Al respecto, cabe acotar que los requerimientos calóricos de la infancia son superiores a los de la edad adulta: hasta los tres años de vida, el organismo humano debe recibir 110 calorías diarias por kilogramo de peso, lo cual equivale al doble de los requerimientos de un adulto.

Durante los tres primeros meses de vida, la leche materna es el mejor alimento por sus indiscutibles ventajas sobre los sustitutos lácteos (leche de vaca o la "fórmula maternizada"), es bactereológica-

mente pura, es mucho menos costosa y no necesita ningún tipo de preparación.

Los productos lácteos industrializados, por el contrario, son susceptibles de contaminación al combinarse, por ejemplo con agua mal tratada por lo que pueden provocar graves infecciones gastrointestinales (de hecho ésta es una de las causas más significativas de morbilidad en los lactantes), además es costosa y requiere de tiempo para su preparación.

Según la Dirección General de Educación para la Salud, los nutrimentos que ofrece la leche materna son los más adecuados, en cantidad y calidad, para satisfacer los requerimientos del niño hasta los seis meses de edad. Sin embargo, después de los tres meses, en la mayoría de los casos las demandas de crecimiento y desarrollo sobrepasan las posibilidades del alimento materno, por lo que se recomienda entonces introducir paulatinamente otro tipo de alimentos, sin abandonar del todo la lactancia.

De acuerdo con la misma fuente, para comenzar a formar buenos hábitos de alimentación y tener una nutrición adecuada, la introducción de alimentos alternativos se debe iniciar con jugos de frutas o verduras frescas, perfectamente lavadas y desinfectadas, así como papillas de cereales. A partir de los cuatro meses de edad del bebé debe dársele purés de pollo, pescado y leguminosas; a los seis meses es conveniente incluir todos los alimentos disponibles.

Es importante que la preparación de estas papillas y purés sea lo más sencillo posible; es preferible evitar el uso de sal, azúcar y otros condimentos para permitir que el niño reconozca el sabor de los alimentos (lo que a su vez contribuye al desarrollo psicológico del niño, ya que la textura, el sabor y el olor, estimulan sus sentidos).

Las papillas y purés pueden conservarse congelados hasta por dos semanas. Solamente hay que prepararlos, vaciarlos en envases de plástico con sellado hermético y colocarlos en el congelador. Para descongelarlos se bajan los frascos a las charolas del refrigerador o se sacan de éste, pero sin destaparlos para evitar la contaminación del alimento.

La desnutrición infantil es uno de los problemas más graves que enfrentan los países en vías de desarrollo. Se estima que en México más del 60 por ciento de los menores de cinco años padecen desnutrición en cualquiera de sus tres grados.

De hecho, se calcula que en nuestro país la desnutrición es directa o indirectamente responsable de aproximadamente el 50 por ciento de la mortalidad infantil.

El estado nutricional en esta etapa de la vida, depende en gran parte de las modalidades locales de alimentación. Sin embargo, el aspecto económico es uno de los principales factores que determina el acceso a los alimentos, y es generalmente en las zonas rurales y marginadas en donde las enfermedades ocasionadas por la desnutrición tienen mayor presencia.

Estas enfermedades se manifiestan como: avitaminosis (falta de algún tipo de vitaminas); marasmo nutricional (desnutrición calórico-protéica); Kwashiorkor (desnutrición protéica).

Aunque la desnutrición puede darse en diferentes grados y en diversas edades, los niños son más propensos a padecer estas enfermedades. Se ha señalado que el riesgo de desnutrición se inicia incluso antes del nacimiento, ya que el crecimiento intrauterino de-

pende del estado nutricional de la madre.

Mientras que en los países desarrollados sólo tres por ciento de los recién nacidos son de bajo peso (manifestación de la desnutrición materna), en México, el promedio general es de ocho por ciento, pero en las áreas rurales asciende a 17 por ciento.

De acuerdo con el Programa Nacional de Salud 1984-1988, de los dos millones de niños que nacen anualmente, cien mueren antes de cumplir cinco años y casi un millón sobrevive con defectos físicos y mentales.

En octubre de 1984, el INCO realizó un sondeo entre 390 madres de diferentes estratos económicos en el Distrito Federal. Del total de mujeres encuestadas, 164 dieron pecho a sus hijos, 73 los alimentaron con leches industrializadas, y 148 combinaron ambas leches.

Del grupo de madres encuestadas, las de los estratos de menores ingresos fueron las que en mayor proporción alimentaron a sus hijos con leche materna. Sin embargo, en este grupo se encontró también un alto uso alternativo de los alimentos industrializados para bebés, mientras que las de estratos de altos ingresos prefirieron la alimentación mixta.

De las madres que dijeron haber alimentado a sus hijos con leche materna, el 89.6 por ciento complementó la dieta con alimentos naturales, 3.1 por ciento con industrializados y 7.3 con ambos.

Entre las que alimentaron a sus bebés con fórmulas lácteas industrializadas, 89.6 por ciento optaron por los alimentos naturales, 3.1 por ciento por los industrializados y 7.3 por ciento eligieron los dos tipos.

De los niños alimentados con ambos tipos de leches, el 83.3 por ciento complementó su dieta con productos naturales, 6.4 por ciento con industrializados y 10.3 por ciento restante con ambos alimentos.

En la mayoría de los casos, la preferencia por los productos naturales fue porque se consideraron de mejor calidad 188 casos, porque se consideraron más nutritivos 41 y, en tercer lugar, porque se consideraron más baratos 8. La elección de los alimentos industrializados se dio, principalmente, por la comodidad. Entre las madres que alternaron ambos productos, 15 declararon que las condiciones de trabajo a eso las orillaban.

Los hijos de las mujeres entrevistadas se ordenaron en tres grupos, según su edad. El primero corresponde a los de cero a tres meses, integrado por 304 niños; el segundo de tres a seis meses, con

73 pequeños; y el tercero, por 13 niños de seis meses a un año. En el primer grupo, 283 madres declararon dar a sus hijos frutas naturales y jugos y 108 verduras, además de otros alimentos.

En el segundo grupo se incluyó la fruta en la dieta de 67 niños; sopa en la de 45; carne en la de 42.

Para el tercer grupo, 10 niños recibieron alimentación a base de verduras; seis comieron carne y cereales y cinco fueron alimentados con papillas. Sólo tres niños recibieron alimentos Gerber.

Cabe destacar que el 59.2 por ciento de las mujeres encuestadas eligieron la dieta para sus hijos por recomendación de su médico, el 35.1 por ciento lo hizo por elección propia y sólo 4.5 por ciento siguió por recomendaciones familiares.

De acuerdo con las opiniones recogidas por esta pequeña encuesta (que no puede considerarse representativa del total de las madres del país) en muy pocos casos se detectó que los productos industrializados fueran usados en la alimentación de los bebés. Los casos más comunes fueron los que los utilizan sólo como complemento de la dieta infantil y, en los casos de las madres que trabajan, por la facilidad que estos representan.

Los nutrimentos más importantes para los niños son:

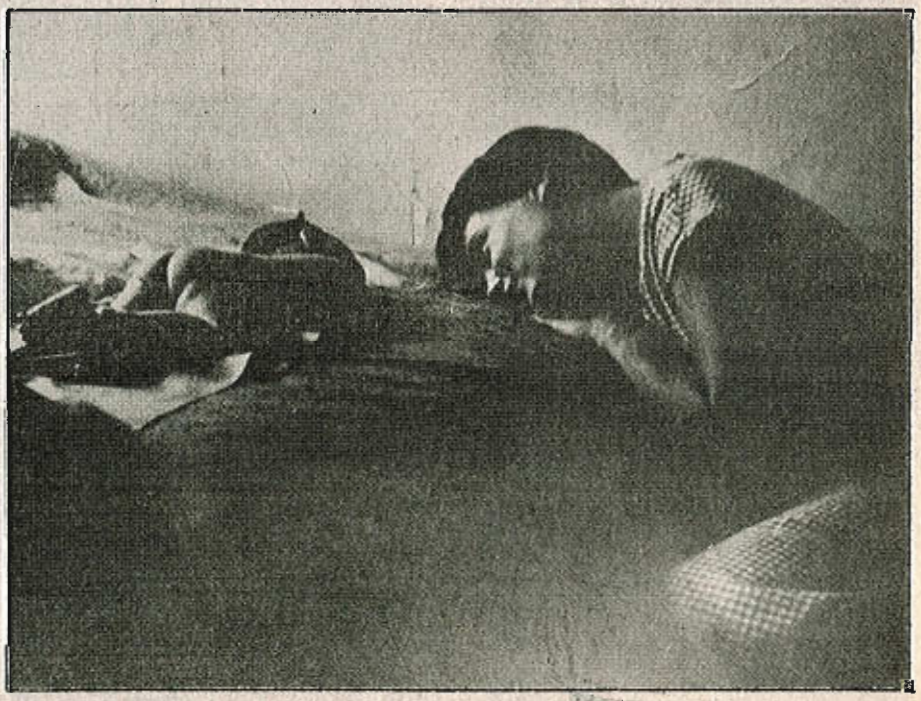
Las proteínas, indispensables para el desarrollo y mantenimiento del cuerpo. Los alimentos que las contienen en mayor cantidad son: el pollo, el pescado, las vísceras, los huevos, la leche, el frijol, el garbanzo, las habas, el queso y el yogurth. Si se combinan cereales con leguminosas (frijol-maíz, habas-arroz, arroz-huevo, maíz-queso) con derivados lácteos, se obtienen las mismas proteínas que proporciona la carne.

El agua, que constituye el líquido fundamental para el buen funcionamiento del organismo y además, no engorda. Es recomendable proporcionar por lo menos tres cuartos de taza al día a los bebés. El agua debe hervirse por lo menos 15 minutos, y puede prepararse con frutas de la estación.

Los minerales, que juegan un papel muy importante en la estructura ósea, proporcionando dureza y resistencia a los huesos. Casi todos los alimentos aportan minerales, los cereales, las leguminosas y principalmente las frutas y verduras.

Las vitaminas, que son muy necesarias para el buen funcionamiento del organismo y que se encuentran en abundancia en todas las clases de frutas y verduras. No olvide que la cocción excesiva de estos alimentos provoca la pérdida de algunos nutrimentos.

Carbohidratos y grasas, son dos nutrimentos que proporcionan energía, la cual es fundamental para que el organismo desarrolle todas sus actividades. A esta edad



es decisiva para que se logre un buen crecimiento.

La energía que dan los carbohidratos se encuentra principalmente en los cereales: maíz, arroz, trigo, avena y sus derivados.

La energía que dan las grasas se obtiene del aceite, mantequilla, tocino, manteca, y en general, en todos los alimentos grasos.

Todos los alimentos son importantes para el desarrollo y buen funcionamiento del organismo. No olvide que se debe consumir cuando menos un alimento de cada grupo en cada comida.

En resumen, podemos decir que:

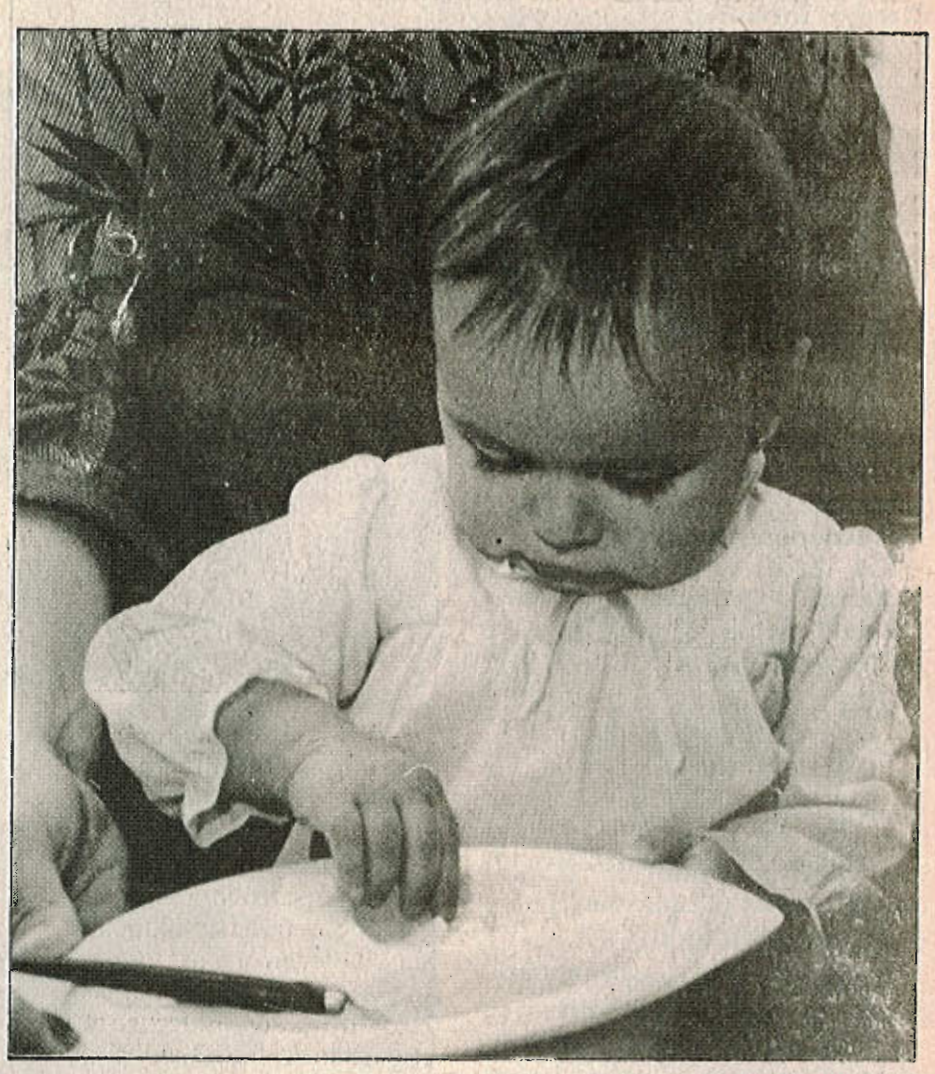
—El 60 por ciento de la mortalidad en niños menores de cinco años, está relacionada con deficiencias alimentarias. Sobre todo en el primer año de vida, ya que existe una tendencia cada vez mayor de abandonar la lactancia del pecho materno.

—Los alimentos naturales son mucho más nutritivos y económicos que los industrializados.

—Los productos industrializados son susceptibles de contaminación, por lo que pueden provocar graves infecciones gastrointestinales en los niños.

—Los requerimientos calóricos de la infancia son superiores a los de la edad adulta.

—Durante los primeros tres meses de vida, la leche materna es el mejor alimento para el niño.



—A partir de los cuatro meses de edad, el bebé debe empezar a comer purés de pollo, pescado y leguminosas, jugos de frutas o verduras frescas y papillas de cereales.

—A los seis meses de edad el niño puede comenzar a ingerir todos los alimentos disponibles en el hogar.

—Las papillas y purés pueden conservarse congelados hasta por dos semanas. Basta ponerlos en envases de plástico con sellado hermético y guardarlos en el congelador. Para descongelarlos se deben bajar los frascos a las charolas o sacarlos del refrigerador, pero sin destaparlos para evitar la contaminación del alimento.

—Los nutrimentos más importantes para los niños son: proteínas, agua, minerales, vitaminas, carbohidratos y grasas.

—En cada comida debe darle alimentos que contengan cada uno de los grupos.

—La higiene en la preparación de los alimentos es fundamental así como hervir el agua, lavar y desinfectar los productos que se van a utilizar.

Para alentar a los niños contra el consumismo

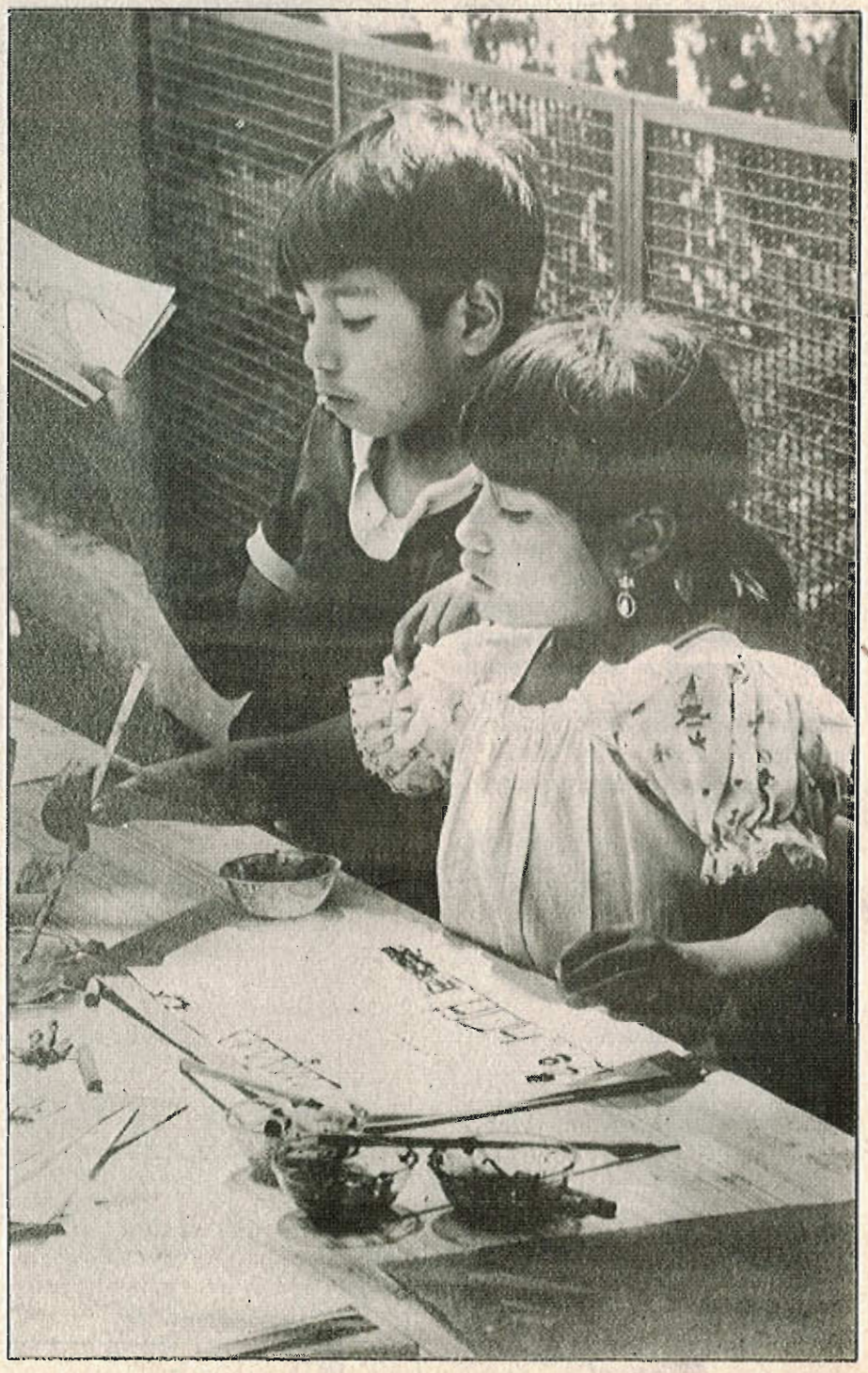
Juan Ramón Zabalegui

"El que no sea como niño no entrará en el reino de los cielos" se ha dicho; y según parece, los irresponsables emporios televisivos y publicitarios entendieron: que los niños sean como los adultos (egoístas) y que busquen un buen "status" (posición social), para entrar en el reino del consumo.

Con el desarrollo de la industria y de las técnicas publicitarias, se ha hecho más intenso el ataque a la población, por la vía de mensajes, cuya característica es crear la necesidad de adquirir un "status" que favorezca el individualismo y la despersonalización.

En nuestro país, uno de los sectores más afectados e influidos por la publicidad y por el fenómeno consumista, es la población infantil. El medio de principal influencia en el niño, es la televisión. Se estima —según datos del Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE)— que un alto porcentaje de la población infantil con tres años de edad, tiene ya el hábito de ver la televisión y se calcula que el tiempo promedio de teleaudiencia, en lo que respecta a niños, es de cuatro horas diarias, lo cual representa 1460 horas anualmente frente al televisor contra las 920 horas por año que pasa el niño en la escuela.

De esta forma, el sector infantil está constantemente expuesto a mensajes publicitarios cuyo contenido alienta el consumo de alimentos de escaso valor nutritivo; juguetes que no desarrollan la creatividad ni la imaginación del niño



y que se caracterizan por tener poca durabilidad; el consumo de ropa que por ser una marca comercial "prestigiada" y por ir de acuerdo a la moda establecida, se distingue por su elevado precio.

La mayoría de los programas televisivos y de las historietas dirigidas al sector infantil, contienen un alto grado de violencia y fantasía enfermiza, y establecen patrones culturales distintos a la realidad cotidiana del niño, distorsionando la imagen que él puede tener, así como su ubicación como parte de una comunidad.

Ante esta problemática, el Instituto Nacional del Consumidor, se plantea la necesidad de orientar y capacitar a la población infantil, como una medida para contrarrestar los efectos del fenómeno del consumismo. A través de su departamento de Organización Social, el INCO forma Círculos Infantiles para integrar al sector infantil en edad escolar, dentro de un proceso de participación social para la defensa de la economía familiar, con el apoyo de padres de familia y maestros.

Talleres de Verano

Durante los meses de julio y agosto, el INCO invita a los niños a participar en los "Talleres de Verano", los cuales tendrán una duración de seis días con sesiones de cuatro horas por día.

Estos talleres se impartirán tanto en las oficinas centrales como en los Módulos del INCO. Las personas interesadas pueden llamar al 559-73-77 extensión 110 o acudir al módulo más cercano.

El objetivo de los talleres es organizar a los niños en círculos infantiles, lo que les permitirá, al mismo tiempo que se diviertan, aprender los principios anticonsumistas y colaborar en sus casas como promotores del gasto racional.

Los temas que se tratan en los Círculos son:

—Alimentación
—Autoproducción de Juguetes
—Autoproducción de Utiles Escolares
—La Televisión
—La Moda
—La Publicidad
—Historietas Infantiles
—Tiempo Libre
—El ahorro
—Consumo vs. Consumismo.

Estos Círculos los promueve el INCO en escuelas y en comunidades en las que existen oficinas y delegaciones del Instituto, o cuando se solicita por iniciativa de escuelas o particulares.

Actualmente se está trabajando en instituciones escolares, en las delegaciones del D.F. y en el interior de la República con niños de primero a sexto grado de primaria, es decir de seis a doce años.

Los participantes son organizados por el promotor en grupos de 10 a 15 niños. Ellos eligen el

nombre que llevará el Círculo y designan a un representante y un auxiliar para registrar al grupo.

Una vez que el promotor logra establecer el orden y los gritos propios de los niños han cesado, se les explican los diferentes temas que incluye el programa para dar inicio a la sesión.

Después de aclarar la importancia que tiene el objetivo del tema de ese día, los niños se reúnen en pequeños grupos (de 3 a 5 miembros) para realizar las diferentes actividades que se proponen de acuerdo al tema por tratar, con el fin de reforzar los conceptos mencionados. Para cerrar cada sesión, el promotor invita a los niños a hacer sus conclusiones y por último se les recuerda el tema de la siguiente reunión.

El programa de Círculos Infantiles de Orientación sobre Consumo, es un instrumento que permite a los niños conocer diferentes aspectos sobre consumo de alimentos y otros productos o artículos que son de su interés. Al fomentarles una conciencia crítica ante la publicidad, se refuerza la importancia de comprar sólo lo necesario.

Otro aspecto importante es que los niños conozcan las ventajas que tiene la labor en equipo, lo cual se logra en este espacio en el que conviven niños de la misma edad. Cuando los participantes salen de las sesiones con una serie de nuevos conocimientos, funcionan en sus casas o en sus comunidades como "promotores del buen consumo". En estos casos, el INCO apoya a los niños con material impreso o audiovisual de los distintos temas del "anticonsumismo" y se difunden así, las acciones que pueden reorientar los hábitos de consumo de la familia.

Este año se integró en el programa la capacitación de promotores, maestros y padres de familia. Mediante un taller se les explica el contenido del programa, su funcionamiento y se resalta la importancia de una actitud crítica ante la publicidad y la televisión. A los maestros se les imparte un curso para que ellos mismos formen a sus alumnos en temas "anticonsumo".

Las puertas del Instituto están abiertas a todos aquellos voluntarios que quieran dedicar parte de su tiempo a difundir entre los niños los principios anticonsumistas.

Comida mexicana

Y la tradición se impuso

En 1821 México logra su independencia. La estructura económica, social y cultural de la nueva sociedad se caracterizaba por su desequilibrio y contraste; en el marco económico, el panorama era desalentador, pues además de una deuda interna de 76,286,499 pesos, la producción agrícola se había reducido a la mitad y la minería a la tercera parte, mientras que el comercio y la industria disminuyeron notablemente por el éxodo de peninsulares.

Los criollos, que ya ocupaban el poder, abrieron las puertas del país a los inmigrantes europeos y norteamericanos que no tardaron en establecerse y sobre todo, en monopolizar las principales ramas del comercio y la industria. Para 1886, las ciudades de Guadalajara, Zacatecas, Guanajuato y Veracruz eran asentamiento de norteamericanos, franceses, ingleses y alemanes, que tuvieron gran influencia en la moda, las costumbres y hasta en la cocina.

Para cualquier espectador, México era entonces escenario de dos mundos. El de los blancos con lujos y finos modales, donde se hacía gala del derroche y las buenas costumbres importadas de Europa. Y el de los mestizos e indígenas, que conservaban las tradiciones resultado de la mezcla indígena-español, pero que igualmente, no pudieron mantenerse al margen de los grupos extranjeros.

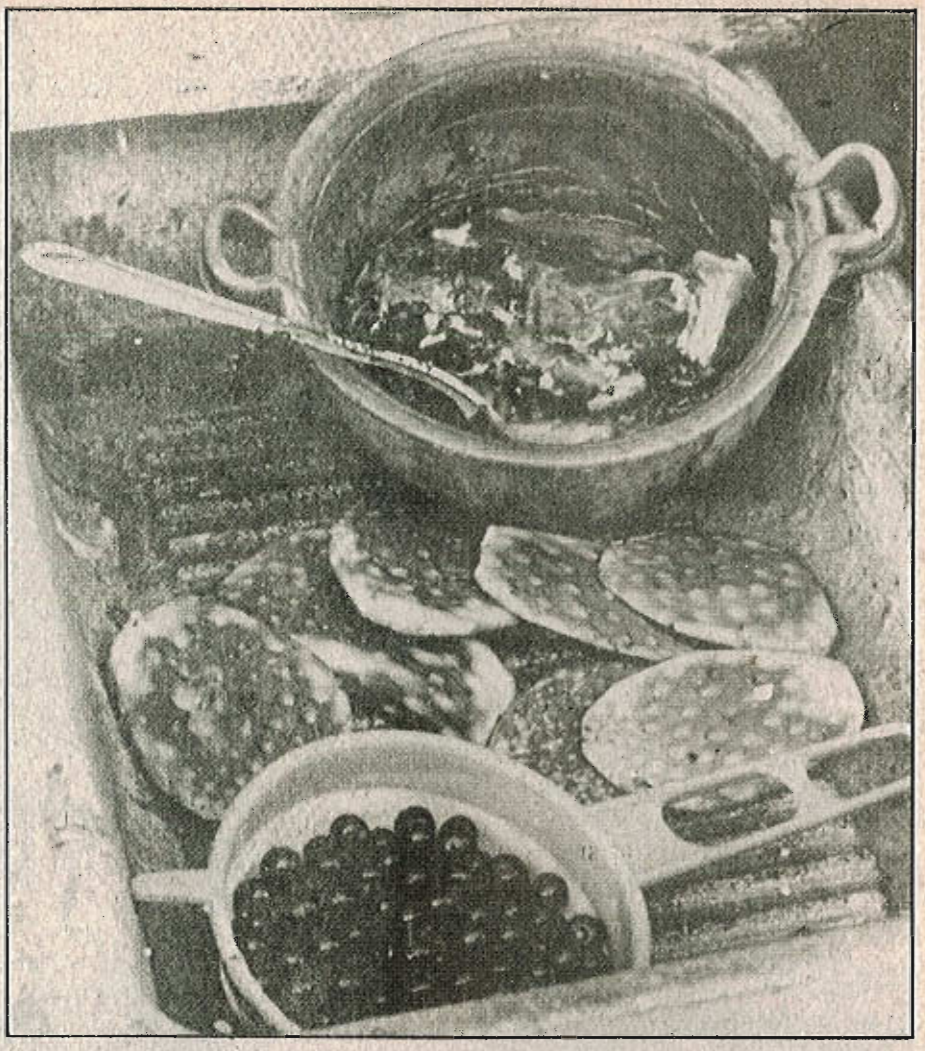
Las nuevas costumbres penetraron en diversos ámbitos de la vida cultural del México independiente, pero quizá fue en la cocina donde tuvieron más arraigo. Durante esta época, fue sorprendente el número de vinos, aceites, embutidos, condimentos, especias y artículos de cocina de importación que entraron por el puerto de Veracruz. Las porcelanas inglesas y francesas, la cuchillería de plata, los manteles deshilados de España y los adornos de la mesa, sustituyeron a los jarros, cazuelas, ollas de barro y cucharas de madera que, poco tiempo antes eran de uso generalizado. Ahora, el chocolate se servía en pequeñas tazas de plata y los vinos en cristalería importada.

La historia relata el lujo, la variedad y abundancia de platillos con que se realizaban las reuniones de alta sociedad, para demostrar el status, abolengo y buena educación de invitados y anfitriones.

El testimonio de la marquesa Calderón de la Barca, en su visita a la hacienda Manga de Clavo, propiedad del entonces presidente don Antonio López de Santana, ilustra el lujo y costumbres de la época: "el almuerzo consistió en una variedad de platos españoles, carnes, verduras, pescados y aves; frutas y dulces, todo servido en porcelana francesa color blanco y oro".

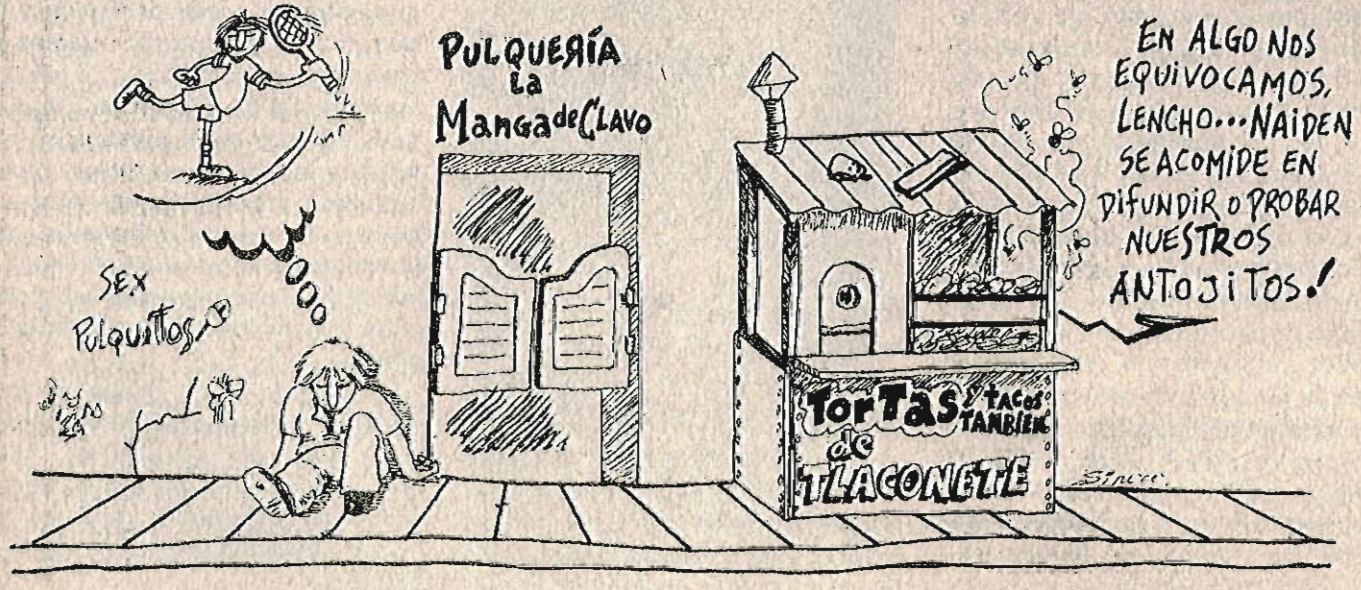
Los banquetes incluían hasta once platillos diferentes, según un famoso cocinero del siglo XIX, "los perniles" (ancas y muslos de animales); "olla podrida", que era un plato a base de diferentes tipos de carnes, aderezados con verduras y condimentos con chile y aguacate; "pavo en su salsa y fricassé", que era una combinación de pierna de carnero, jitomate, cebolla y ajo; frutas rellenas, "tortas de manjar blanco" con natas y mazapán.

En contraste, los sectores populares incluían en su dieta diaria frijoles, tortillas de metate, tlacoyos, gorditas con salsa, carne de res o cerdo en chile y, arroz blanco con perejil, entre otros platillos. Esta comida, surgida en las etapas colonial y prehispánica se extendió y generalizó con el movimiento de independencia.



Los platillos típicos de las regiones del norte, como las tortillas de harina, el cabrito, la barbacoa de Sonora, el menudo y chilorio de Sinaloa y la machaca con huevo de Coahuila, llegaron hasta el centro y sur del país. De igual forma, la comida de tierra caliente, como las cuñetas de venado, conejo y guajolote, eran platillos que empezaron a disfrutar en el norte y el bajío.

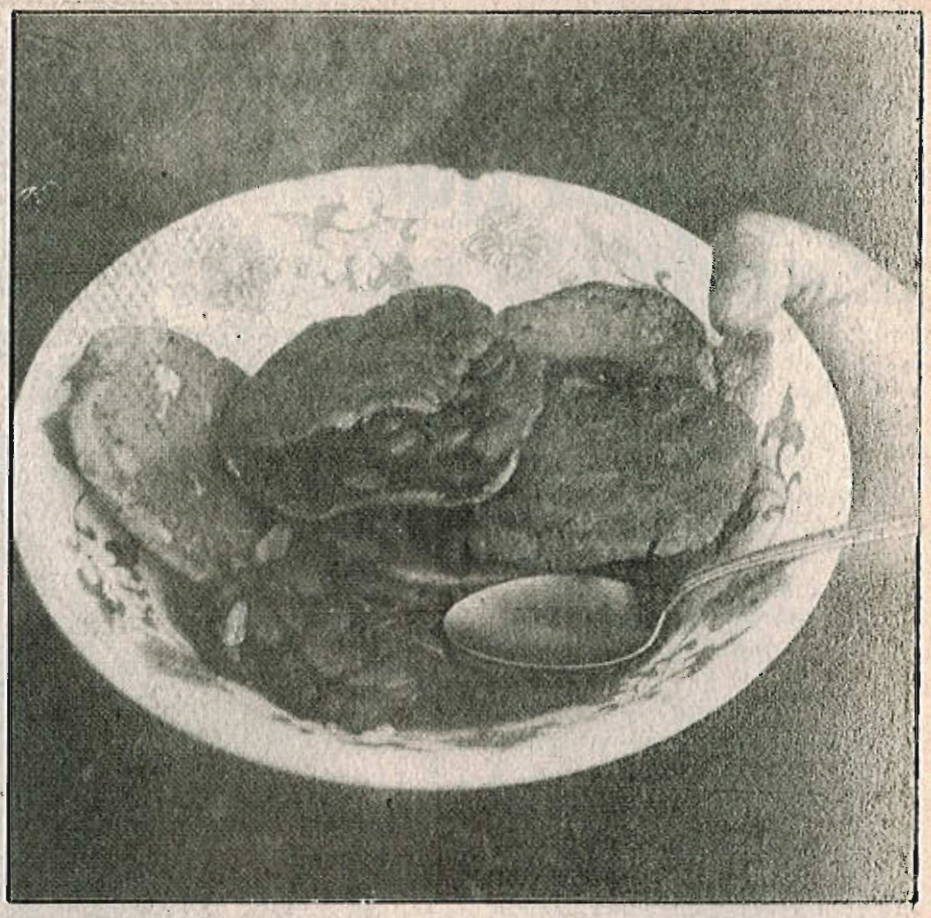
Gracias a la difusión e intercambio de la comida regional se



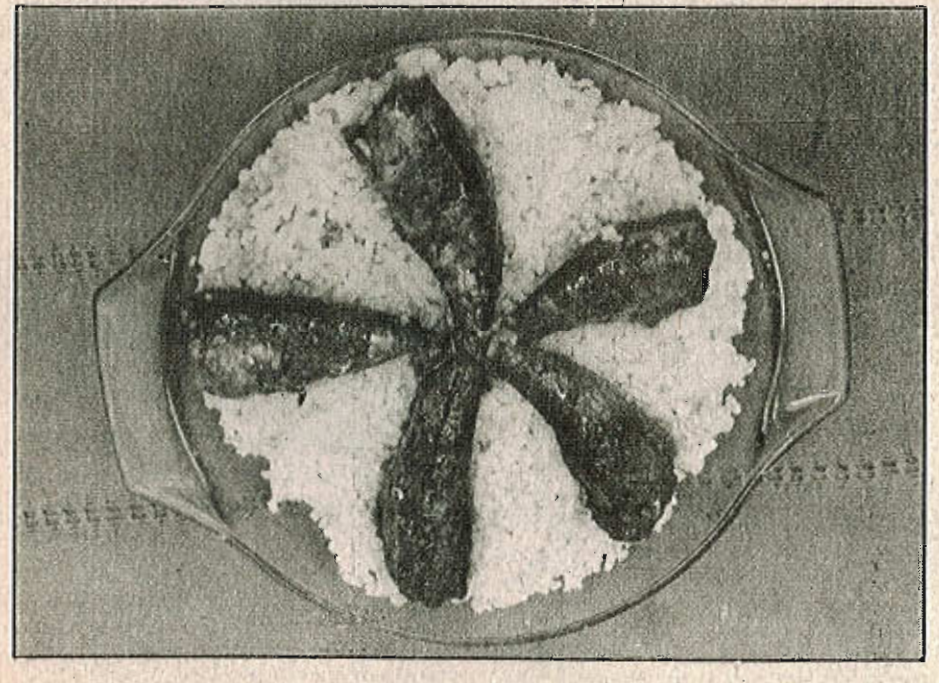
enriqueció la alimentación de los sectores populares. Para ellos, la esencia de la cocina mexicana se mantenía viva; el maíz, chile, jitomate y los productos de estas tierras seguían siendo la base de su alimentación.

El colorido y folclore rodeaban a la comida popular, el mercado "El Parián" era lugar de reunión gastronómica, se compraban productos de todo género; pescado fresco y seco, patos de las lagunas que rodeaban a la capital; frutas y verduras que eran transportadas por trajineras, así como guisos preparados que se vendían en puestos fijos.

Las pulquerías también fueron un factor importante para la difusión de comida mexicana; eran lugares tan concurridos, que fuera de las mismas se instalaban puestos ambulantes a los que acudían a comer vagos, limosneros y malvivientes después de tomar sus "curados".



Las diferencias sociales ponían de manifiesto costumbres, valores y hábitos que terminaron por fusionarse. También es cierto que las clases pudientes ejercieron influencia y modificaron muchos hábitos alimenticios y de mesa. Se sabe, por ejemplo, que antes del periodo independiente en México se acostumbraba empezar la comida fuerte con el guisado, al que se le daba el nombre de principio y después se servían otros complementarios hasta llegar el postre. Ya en el siglo XIX empezó a darse como primer plato el caldo que ahora se conoce como sopa, seguido del guisado o algún otro platillo.



De igual forma, durante la colonia las clases populares ocupaban la tortilla como cubierto principal. Sin embargo, aunque no desapareció este hábito, después se generalizó a todos los sectores sociales el uso de los cubiertos.

En los grandes banquetes empezaron a aparecer platillos sofisticados, combinando productos nacionales y de importación; de esta forma, poco a poco se amalgamaron la cultura europea y Colonial.

La cocina mexicana del siglo XIX, constituyó una gama de contrastes en sabor, colorido, presentación e ingredientes. La abundancia y el refinamiento, fueron características llegadas con la modernidad europea y privilegio de minorías, razón por la cual la comida tradicional se conservó.

El circo

Algo más que una historia de payasos

Enrique Parada

En la década de los años cuarenta el circo fue el espectáculo preferido de los mexicanos. El arraigo que tuvo era tan grande que Jorge Negrete, Pedro Infante y María Félix se hacían invitar a las funciones de gala con el único fin de darse a conocer y reafirmar su popularidad.

En México, el circo ha constituido una de las formas tradicionales y populares de esparcimiento que se ha mantenido en los dos últimos siglos, a pesar de las distintas etapas de desarrollo histórico y social por las que ha atravesado nuestro país, como el movimiento de independencia, la lucha contra el imperio y la instauración republicana, la revolución de 1910 y el difícil despegue capitalista de mediados de este siglo.

Por esta razón, posiblemente, el circo ha tenido que retomar elementos y personajes de otros medios para sobrevivir como tal.

"El circo es una tradición, pero una tradición que debe modernizarse de acuerdo a la etapa que se vive", dice el antropólogo Víctor Manuel Inzúa al retomar una frase de don Andrés Atayde, hombre que al igual que su familia y sus antecesores, ha dedicado su vida al mundo del circo.

Paralelismo en Nueva España e Inglaterra

El circo, conocido en la forma actual, nació en Inglaterra en la segunda mitad del siglo XVIII, por iniciativa de Philip Astley, —escribe Víctor Manuel Inzúa, investigador del Museo de Culturas Populares de la SEP, en su trabajo sobre el circo en México—. En una carpa presentaba actos de malabarismo en la cuerda floja, habilidades ecuestres, formación de pirámides humanas, ventriloquía, sombras chinescas y la actuación de un "clown" (payaso), que hacía reír al público en los intermedios.

Mientras esto ocurría en Inglaterra, del otro lado del globo existía una especie de "circo arrabalero". Al respecto, Inzúa, acota en su estudio: "En la Nueva España los maromeros constituían una de las diversiones públicas más populares".

"Estos personajes se daban a conocer al desfilar por las calles tocando violines, tambores y cajas, instálandose para actuar en los patios de las vecindades, que les permitía estar lejos de la vista de los jueces y alcaldes que prohibían el espectáculo".

Este "circo arrabalero" fue considerado por los ricos de entonces "como una diversión para plebeyos". No obstante, de esta visión despectiva por parte de las autoridades y de la aristocracia, los "actos de maroma" se desarrollaron en gran medida durante el siglo independiente. De tal manera —refiere el antropólogo—, se creó una especialidad de artistas por cada acto: en equilibrio y marometa, en hacer reír por medio de números cómicos y en la utilización de los zancos.

Además, se presentaban funciones de títeres, peleas de gallos, trucos de prestidigitación, sones y bailes.

Circo sin payaso no es circo

Desde su aparición, el circo nunca ha prescindido de un personaje dedicado exclusivamente a hacer reír a los espectadores: el payaso, o clown para los europeos.

Así, en la Nueva España, el "gracioso" encabezaba los convites de los "actos de maroma" o "circo arrabalero"; en las funciones cantaba, versificaba, bailaba y desarrollaba números cómicos entre acto y acto, finalizando con un número de pantomima. Añade Inzúa:

"En la figura del payaso se percibe la burla o sátira de las defi-

ciencias que hay en la vida. En ella se expresan también los sentimientos y las inquietudes del pueblo de una manera alegre y atrayente".

El payaso ocupa un lugar importante dentro de los actos del circo ya que su actuación ayuda a relajar las tensiones provocadas por los números peligrosos de trapecio y equilibrio.

En la cuerda floja... de la historia

No sólo la mirada despectiva de las autoridades y de la clase adinerada hizo peligrar la existencia del circo en los siglos XVIII y XIX; hubo otros factores en contra de este par de siglos.

De esta manera, la sociedad que vivió la etapa imperial de México quería disfrutar los deleites y sabores que la cultura europea ofrecía.

"Los teatros existentes cambiaron sus nombres por otros en francés y se impulsó como espectáculo el 'voudeville' ".

Sin embargo, la aristocracia que intentaba afrancesarse en todo, ignoraba que Maximiliano y Carlota eran muy afectos al circo, "diversión para plebeyos"; éstos lo conocieron hasta 1864, en que el italiano Giussepe Chiarini vino a México con su circo para deleitar a los emperadores.

Esta visita circense provocó cambios en las compañías de circo mexicano de la época: Se incluyeron los números ecuestres, especialidad de Chiarini, y el "gracioso" cambió sus características tradicionales por las del clown, en forma de tonto de pista, a la manera británica, según escribe Inzúa en su libro *El Circo en México*.

Durante el porfiriato muchos circos populares se vieron afectados seriamente, tanto por las tensiones políticas internacionales como por la aparición de un aparato prodigioso, llamado cinematógrafo, "que hacía que las imágenes se movieran por sí solas".

Años más tarde, a principios del siglo, con el inicio de la revolución, algunas compañías como el Circo Martínez Ayala, y Ledezma, emigraron a Centroamérica.

Para los circos que permanecieron en el país, el movimiento revolucionario resultó benéfico: los artistas, que con sus actos recorrían los pueblos que por meses experimentaron los estragos de la guerra, divertían a una población sedienta de distracción.

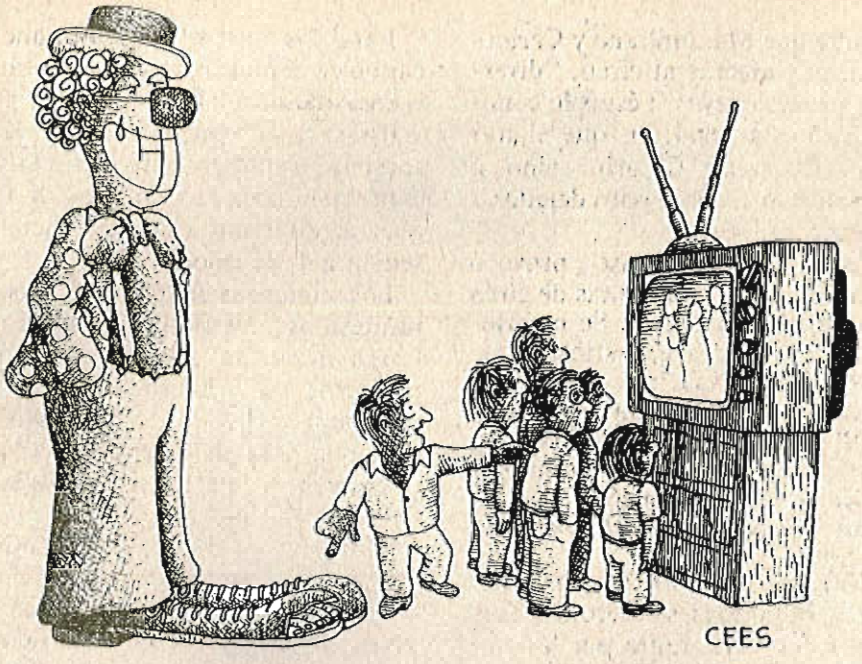
Los miembros de los circos acostumbrados a los riesgos de su profesión vieron peligrar sus vidas al peregrinar entre batalla y batalla.

Adolfo Morales, *Rabanito*, tuvo que desarrollar sus habilidades circenses frente a tropas zapatistas para evitar ser fusilado.

"Mientras tanto —continúa Inzúa— en el norte del país, Francisco Villa, amante del circo, ayudó económicamente a Francisco Beas para la creación del Circo Teatro Modelo".

Dominio de la naturaleza

El hombre a través de la historia ha buscado lograr el dominio de la naturaleza, de tal modo que el desarrollo de la humanidad tiene co-



mo parámetro el grado de supeditación de la naturaleza al hombre mismo.

Dentro de este marco los artistas de circo han batallado para lograr tal dominio, para lo cual se han valido sólo en el manejo de sus habilidades corporales.

Por ejemplo, el *rey del fuego,* intenta someter a su designio a este elemento: los *trapecistas y equilibristas*, desafían la ley de la gravedad, y el *domador de animales* a las fieras haciéndolas realizar actos diversos.

De esta misma manera, presentar fenómenos humanos en los circos de hace un siglo, tenía como objetivo dar a conocer algo *anormal.*

Del esfuerzo al aplauso

"El circo, comenta para esta revista Víctor Manuel Inzúa, emite un mensaje al público en general, sin importar que se trate de un obrero o de un profesionista: pese a la deshumanización, provocada por los avances tecnológicos de la sociedad industrializada, el hombre es un ser que utilizando sus habilidades físicas y psicológicas puede lograr lo que se propone."

"Para esto necesita los elementos que le ayudarán: valor, destreza, confianza, perseverancia, serenidad, esfuerzo y la búsqueda de una satisfacción, por ejemplo."

El trapecista que realiza un acto tiene una *habilidad* para hacerlo, tiene *confianza* en lograr un número perfecto. Además este artista necesita de *perseverancia*, plasmada en la rigurosa disciplina de los ensayos; a esta cualidad se le suman los *esfuerzos* que le permiten vencer las *dificultades,* finalmente tendrá una *recompensa* o *satisfacción*, cuando el público le aplauda".

"Esto, enfatiza Víctor Manuel Inzúa, se aplica a todas las actividades de la vida".

La herencia circense

El patrimonio cultural del circo mexicano se transmite de generación a generación. "Se puede decir que el monopolio circense lo sustentan las familias emparentadas entre sí", dice el antropólogo, quien para elaborar su investigación ha convivido con artistas de circo durante seis años.

Así, los circos que existen en la actualidad se remontan a fines del siglo pasado o a principios de éste, cosa que puede comprobarse con los apellidos Atayde, Suárez, Ibarra, Vázquez y Padilla, entre otros.

Aproximadamente un 80 por ciento de los circos en México están sustentados en la estructura familiar. Se calcula que hay un total de trescientos circos y se dividen en *circo medio familiar,* que cuenta con medios de transporte, animales propios de circo y que puede contratar empleados para desarrollar labores de mantenimiento; *charangas* o *chinacas*, compañías marginales cuyos actos dependen del número de miembros que la familia tenga y que tiene como animales a cabras, chivos y perros; y la *gran empresa*, cuya organización es según los requerimientos de la compañía y que además de buscar obtener buenas ganancias se preocupa por mantener su prestigio en el mundo circense. Entre éstos se encuentran el Atayde y el Unión, como grandes empresas.

Setenta son los *circos medios* y el resto lo integran las *charangas*, aclara el antropólogo Inzúa.

El gusto cultural por el circo se adquiere casi al nacer, y los valores, hábitos y costumbres se consiguen con el correr del tiempo. De este modo, "a los niños de brazos se les coloca en la palma de la mano del padre para que adquieran el sentido del equilibrio y a los tres años de edad se les enseñan ejercicios sencillos de flexibilidad. Asimismo, los juegos infantiles se les inculcan a los niños en la vida cotidiana, juegan a ser trapecistas, domadores o payasos .

En las familias circenses los lazos fraternales no se debilitan, en ellas hay un gran sentido de solidaridad y apoyo estrecho, donde el padre y la madre dan consejos y confianza a los hijos.

Por otra parte, a diferencia de la mayoría de las sociedades, el anciano en el circo ocupa un lugar especial, es un maestro que por su experiencia enseña a los jóvenes .

Cocina tradicional

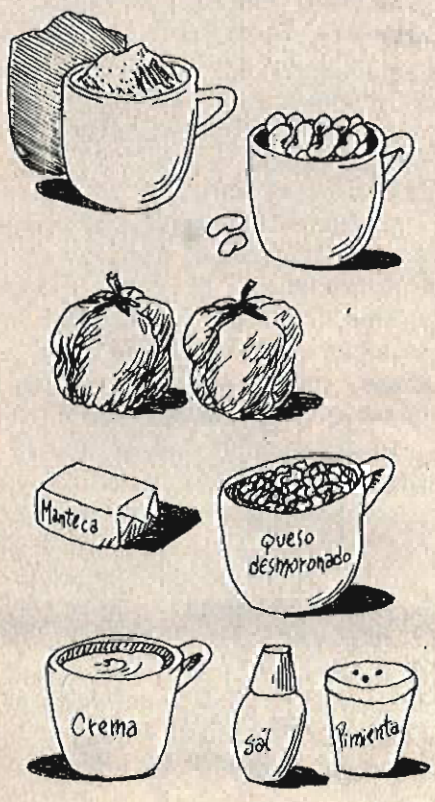
Quesadillas de garbanzo

2 tazas de masa de maíz
1 taza de garbanzo
2 chiles anchos colorados
1 taza de queso desmoronado
— manteca para freír
— sal y pimienta
1 taza de crema

1.—Remoje, cueza y pele los garbanzos.

2.—Desvene, remoje y licúe los chiles. Mezcle los garbanzos cocidos y los chiles licuados con la masa. Añada sal y pimienta.

3.—Forme tortitas pequeñas y póngales un poco de queso en el centro; dóblelas como quesadillas y fríalas en manteca, sírvalas con crema. (Pueden acompañarse de una ensalada o servirse con espinacas, pepinos y jitomate).



Tamalitos de pescado

1 kg. de masa para tortillas
1/4 kg. de filete de pescado picado
1 taza de manteca
2 jitomates picados
2 cebollas medianas picadas.
2 ramitas de epazote
— chiles verdes picados al gusto
— hojas de plátano
— manteca para freír
— sal

1.—Bata bien la manteca, agregue la masa y sal; haga un rollo; envuélvalo en un lienzo de manta de cielo y átelo con un cordón. Cuézalo en agua unos 25 minutos.

2.—Fría la cebolla, el jitomate y los chiles hasta que sazonen. Añada el pescado picado, el epazote y sal. Mezcle y cueza.

3.—Ase ligeramente las hojas de plátano y córtelas en cuadros. Ponga en cada hoja una cucharada de masa cocida y en su centro un poco del guisado de pescado. Envuelva los tamales en las hojas de plátano y cuézalos al vapor unos 20 minutos.

Tostadas de frijol

12 tortillas
1 1/2 tazas de frijol cocido
6 rebanadas de queso amarillo
1 cebolla
3 chipotles en vinagre
2 aguacates
— aceite para freír

1.—Dore las tortillas en aceite. Escúrralas.

2.—Desvene, remoje y licue los frijoles en una olla. Pique el queso, añádalo y mezcle hasta que se derrita.

3.—Unte las tostadas con la mezcla de frijoles y queso. Adorne con rebanadas de aguacate, trocitos de chipotle y cebolla picada.

¡CUIDADO¡

La carne de puerco es muy sabrosa y nutritiva pero puede ser muy peligrosa si no sabemos escogerla. Si la carne que le ofrecen se parece a la de la foto, no la compre. Esas bolitas blancas que se ven, no son de grasa, son cisticercos, y si los comemos, ponemos en grave peligro nuestra salud y la de toda la familia.

El cisticerco es la larva de la solitaria *(Taenia solium)* cuyos huevecillos entran al torrente sanguíneo y se alojan en los músculos o en el cerebro y pueden causar daños irreparables o hasta la muerte.

Los cisticercos no sólo se alojan en la carne de puerco sino también en las frutas y verduras que han sido regadas con aguas negras y no se desinfectaron perfectamente antes de consumirse.

No juegue con su salud ni la de los suyos, revise bien la carne de cerdo antes de comprarla, ya que no siempre tiene muchos cisticercos a la vista; con uno o dos que contenga el riesgo es el mismo. No olvide lavar con agua y jabón las frutas y verduras antes de comerlas, vale más prevenir que lamentar.

Si la carne tiene cisticercos, no sólo absténgase de llevarla sino que denuncie la carnicería que la vende ante la Secretaría de Salud.

EN TELA DE JUICIO

CUANDO LA PILA FALLA

En nuestro mundo moderno los requerimientos de energía son cada vez mayores. En la vida cotidiana son innumerables los artefactos que requieren de algún tipo de energía. La tecnología ha proporcionado un modo de energía eléctrica acumulada: la pila.

La pila es uno de los productos de mayor demanda. Dada su utilidad y siendo un producto ya tan común, hay diversas opciones en el mercado.

Desde hace algún tiempo se anuncian unas que dicen proporcionar "hasta 6 veces más batería". Sin embargo, en investigaciones realizadas por el INCO, se comprobó que no es cierto. Pues las famosas pilas sólo proporcionan 2.5 veces más energía. Pero eso no es todo: si bien es correcto que dan más tiempo de uso, también es verdad que cuestan más. ¿Cuánto? Pues 2.5 veces más. O sea, que a usted le cuesta lo mismo un minuto de una pila que de otra.

¿Se desprende esto de la publicidad? Pareciera que no. Usted, ¿qué opina?

Departamento de Análisis sobre Comunicación

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

el brinco

Número 51

Suplemento de la Revista del Consumidor

Coordinación: Marie Puga

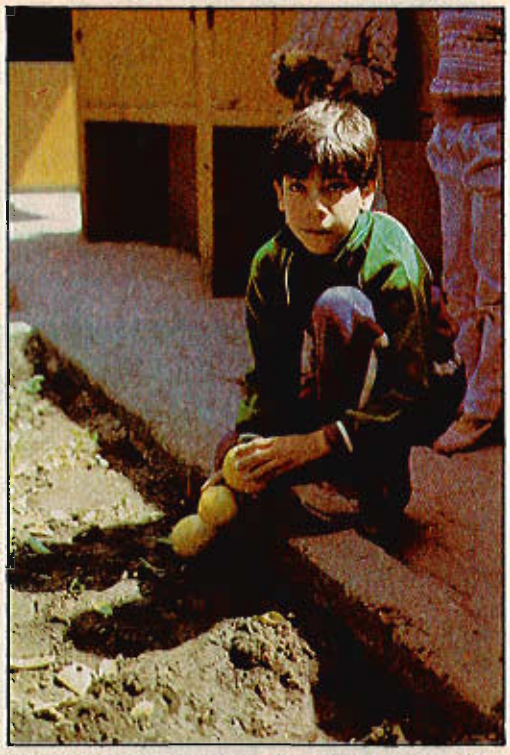
Abril de 1986

A los niños con amor

Foto: Fernando Rojas

Los alumnos de esta escuela, en Asamblea general que se celebra cada viernes, levantan la mano para aprobar las opiniones de sus compañeros.

El día 30 de este mes es el Día del Niño. Nosotros, en El Brinco, quisimos investigar cuál es la celebración que los niños, en el fondo de su corazón, consideran como el mejor homenaje que pueda hacérseles en su día. Para ello entrevistamos a los alumnos de un plantel (Manuel Bartolomé Cosío, escuela activa, vecina nuestra) y sus representantes nos proporcionaron ideas interesantes que tú puedes leer en el pie de cada fotografía. Sus opiniones concuerdan con algunos de los principios de esa Declaración de los Derechos del Niño que fue redactada en Ginebra y aprobada por unanimidad con la presencia de setenta y ocho países, el 20 de noviembre de 1959. Seguramente los conoces, pero creemos que te gustaría conservarlos y por eso los publicamos aquí, igual que el poema de Dorothy Roigt: La carta de los niños.



Que puedan dedicarse a la actividad que más les guste de acuerdo con su interés y su capacidad. José Víctor Zamudio. 9 años, 3er. grado.

Que todos puedan estudiar, pero que también tengan lugares bonitos para jugar y adultos que les enseñen otras actividades. Débora Zendejas Mohemo, 9 años, 3er. grado.

"Que haya paz y felicidad en todo el mundo, que los niños tengan comida y que vivan felices". Gerardo Dorantes G. 8 años. 3er. grado. "Que todos tengan amigos y se diviertan jugando aunque no tengan juguetes". Alejandro Torres, 9 años, 3er. grado.

Que todos coman bien, que tengan suéter, que estudien y puedan trabajar después en lo que les guste y que viajen y conozcan otros países. Que no haya niños que trabajen de barrenderos, o vendan chicles o limpien parabrisas... Hugo Solís García, 9 años, 4o. grado.

"Que todos sean iguales y tengan los mismos derechos de cuidado, de educación, de alimentación, de oportunidades y de juego". Lucila Maldonado, Gladys Reyes, Eloisa Masdefiol, 6o. año. Escuela Experimental Freinet de San Andrés Tuxtla, Veracruz.

Que no haya ricos y pobres. Que todos tengan los mismos cuidados. Nora Patricia del Cueto, 12 años, 6o. grado.

Derechos del Niño

1.—Los niños deben disfrutar de todos los derechos sin excepción alguna, ni distinción o discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión o nacionalidad.

2.—Deben recibir protección especial, oportunidades y facilidades que les permitan desarrollarse en forma saludable y normal así como en condiciones de libertad y dignidad.

3.—Derecho desde su nacimiento a un nombre y a una nacionalidad.

4.—Debe gozar de los beneficios de la seguridad social. Tendrá derecho a crecer y desarrollarse en buena salud; derecho a alimentación, vivienda, recreo y servicios médicos adecuados.

5.—Debe recibir tratamiento, educación y cuidados especiales si está física, mental o socialmente impedido.

6.—Deberá crecer bajo el amparo y responsabilidad de sus padres y en todo caso, en un ambiente de afecto y de seguridad moral y material.

7.—Derecho a recibir educación y recreación gratuita y oportunidades que le permitan, en igualdad de condiciones, el desarrollo de sus aptitudes individuales.

8.—Cuando sobrevengan desgracias nacionales, el niño debe figurar entre los primeros que reciban protección y socorro.

9.—Debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación.

10.—Recibirá protección contra toda forma de discriminación racial, religiosa o de cualquier otra índole y dedicación dentro de un espíritu de paz y fraternidad universal.

La Carte de los Niños

Habrá paz sobre le Tierre; pero no hasta que
ceda niño coma todos los días lo que necesita;
vaya bien vestido contra el viento invernal
y aprenda sus lecciones con mente tranquila.

Y así, librado del hambre, el temor y la necesidad,
sin tener en cuenta su color, su raza o su credo,
mire hacia lo alto, sonriendo a los cielos,
con la fe en el hombre reflejada en sus ojos.

¿Que te gustaría como celebración del día del niño

Que aprendan a cuidar de la naturaleza, que quieran a los árboles y sepan lo que es la ecología. Gonzalo García Mlaja, 10 años, 4o. grado.

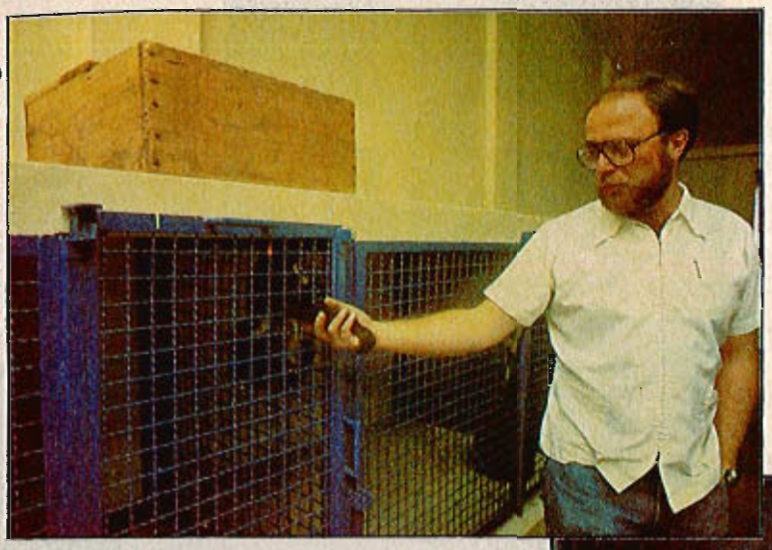
"Que todos puedan jugar con sus papás sin importar que tengan ocupaciones ni cansancio. Que jueguen con gusto y con amor . Mauricio Rodríguez V. 10 años. 4o. grado.

Que sepan querer y cuidar a los animales para que no haya tantos perros callejeros y animales maltratados y abandonados. Paola Gómez G. 9 años, 3er. grado.

Que todos los niños del mundo, sin faltar uno, pudieran ir a la escuela y que ésta fuera bonita y les gustara, como a nosotros.

CLINICA EN E

Fotos: Armando Salgado



El doctor Roberto Aguilar Fisher estrecha la mano de un mono araña en observación. El doctor, encargado de la sección de primates, nos explicó que es más pequeño y de menor peso que los otros ejemplares de su especie y requiere atención especial.

En este departamento se desinfectan y lavan las verduras (lechuga y zanahorias) de la dieta que mantiene sanos a los animales.

La osa polar que estuvo tan enferma, duerme su siesta mañanera ya totalmente recuperada.

Un día, la osa polar del zoológico de Chapultepec amaneció enferma. No podía moverse, casi no abría los ojos y su estado revelaba que era urgente atenderla. El equipo de médicos de este lugar llegó, le aplicó un analgésico (para quitarle el dolor y tranquilizarla), y la trasladó en camilla a la Sala de Operaciones del Hospital del Zoológico. La osa presentaba un grave cuadro de intoxicación. Gracias a que fue atendida a tiempo y en forma adecuada recuperó pronto su salud.

Los animales, tanto los domésticos como los del zoológico, son iguales a nosotros cuando estamos enfermos: necesitan un buen doctor que los atienda y los recete para volver a estar sanos; es por eso que el Zoológico de Chapultepec tiene un hospital que es el mejor de América Latina, no sólo en sus instalaciones, equipo e instrumental sino también en la capacidad y dedicación de sus médicos.

El equipo médico lo forman ocho doctores. Cada uno se dedica a una sección diferente: (primates, felinos, aves), a la que visitan diariamente. Cuando alguno de los animales está decaído, ha dejado de comer o sufre algún malestar, lo trasladan al hospital.

El doctor Eduardo Apellaniz, director de esta clínica, nos explica cómo funciona cada área: "Cuando algún animal parece enfermo o llega por primera vez al Zoológico, ingresa al área de Hospitalización y cuarentena para su observación. Se le hacen exámenes clínicos para detectar cualquier padecimiento que podría transmitirse a los otros animales. Si está sano se le instala en su albergue pero si revela algún problema, pasa a otra

L ZOOLOGICO

Pilar Pérez Sainz

Un empleado reparte la lechuga, comida favorita de los patos que esperan el momento en que los llamen a la mesa.

Un pequeño caimán murió. En la sala de necropsias se le examinará y se sabrá cuál fue la causa.

área: de diagnóstico clínico donde se le examina con ayuda de análisis y Rayos X. Cuando el caso es grave, como el de la osa polar, el animal ingresa al área de Quirófano que tiene el tamaño y los elementos de cualquier hospital para humanos. Después de esta atención, el enfermo pasa al área de Recuperación y Terapia Intensiva donde recibe cuidados postoperatorios.

Los muy jóvenes o recién nacidos, son atendidos en el área de Pediatría . Hay además otras secciones: la de Instrumental y Equipo y la de Necropsias donde se investiga la causa por la que murió algún animal."

Entre las enfermedades más comunes están las digestivas y las respiratorias provocadas muchas veces por los cambios de clima; quienes más las padecen son los monos y las aves.

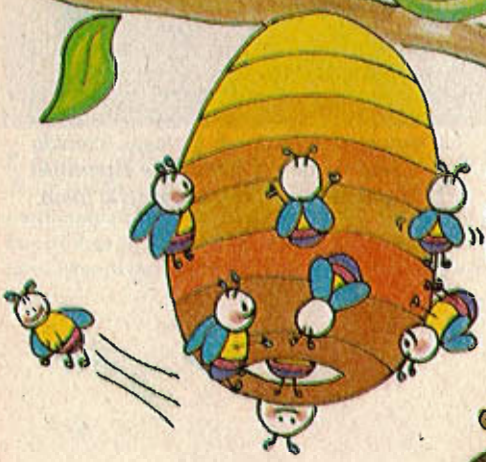
Otro motivo no de enfermedad pero sí de atención médica son las peleas entre los mismos animales donde resultan heridos, golpeados y a veces con fracturas.

Uno de los médicos más solicitados es el dentista que constantemente atiende caries, tapa y saca, muelas y dientes.

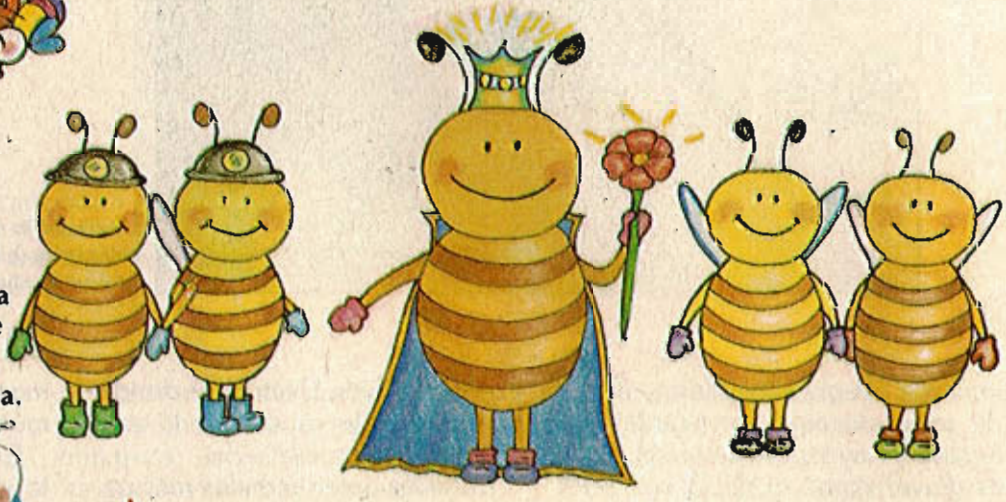
Como te has dado cuenta existe un grande y organizado esfuerzo para cuidar y atender a todos esos animales que tú visitas en el Zoológico y a los que ves sanos y contentos. Ayuda a los médicos en su labor recordando que el arrojarles comida o basura en sus jaulas lo único que logra es enfermarlos.

6 Miel de abeja, oro vegetal

Las abejas son los animales más asombrosos que existen por su organización de vida y de trabajo. De ellas obtenemos miel, jalea real y cera.



Viven en una sociedad que es su colmena. En cada colmena pueden habitar hasta 50 mil abejas.

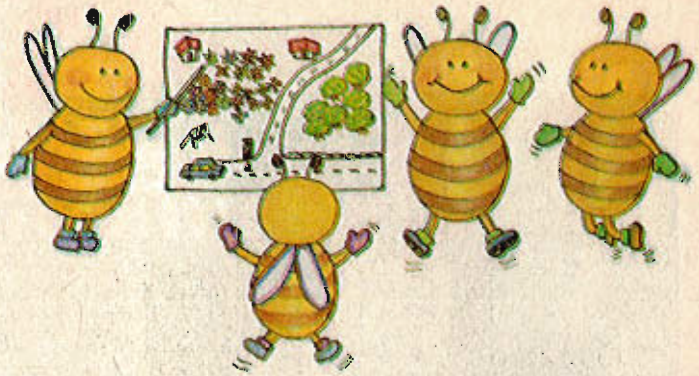


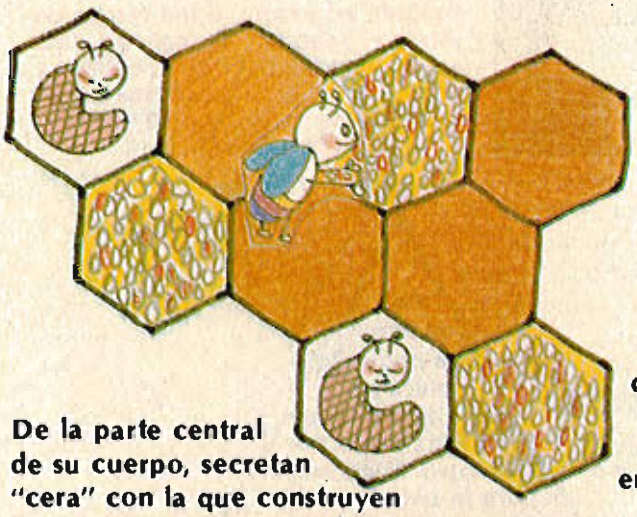
En cada colmena hay miles de abejas obreras, cientos de zánganos, pero solamente una reina.

El trabajo de las abejas obreras consiste en recolectar el néctar de las flores; al hacerlo fecundan las plantas con sus patitas llenas de polen que llevan de una flor a otra, lo que hace posible que la planta produzca frutos. Eso se llama "polinizar"

La mayoría de los cultivos necesitan de esta polinización; por ejemplo la vid, la alfalfa, la naranja... En algunas partes de la República hasta se alquilan colmenas para instalarlas en los campos de cultivo y aumentar así la producción.

Cuando las obreras localizan un lugar con flores, avisan al resto de sus compañeras mediante una danza que indica la ruta para llegar hasta el sitio elegido.





De la parte central de su cuerpo, secretan "cera" con la que construyen pequeños exágonos que forman cámaras integradas y comunicadas en su ciudad.

Cuando han recolectado suficiente néctar, las abejas vuelven al panal en el que se integran al sistema que tiene abejas obreras carpinteras, cortadoras, almacenistas, albañiles, enfermeras, y muchas otras dedicadas a labores determinadas para que todo marche bien en su ciudad— panal.

Forman su panal en los troncos de los árboles o en arbustos protegidos; los hombres dedicados a la industria de la miel, han ideado para ellas unas casas de madera que instalan en lugares estratégicos. Las abejas adoptan contentas esta residencia y realizan dentro de ella las etapas de su trabajo y reproducción.

Los productos de la abeja tienen muchos usos: miel, cera y jalea real. Se emplean en repostería, en preparación de alimentos, para hacer refrescos y bebidas; en la industria química se elaboran medicinas, lociones, cremas y cosméticos.

Como alimento es uno de los más ricos y saludables. Sus propiedades nutritivas son inmensas. Se considera que si se sustituyera al azúcar para endulzar nuestros alimentos, se ganaría en salud y en nutrición. Es tan valiosa esta miel de abeja que podemos considerarla como un oro vegetal.

DE TODO como en botica

Periódico mural

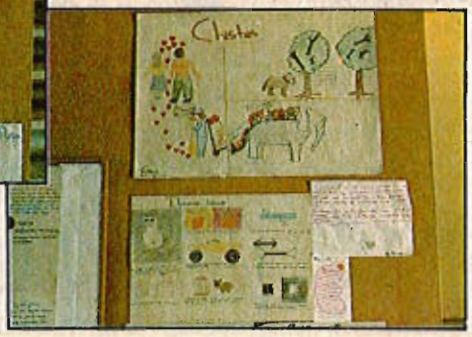


Foto de: Fernando Rojas

Los alumnos de la misma escuela que proporcionaron las opiniones en las primeras páginas de El Brinco, que tú has leído en este número, nos habían invitado para que leyéramos su periódico mural Calpulli en el que, a los temas de interés general, se agregó una sección de pasatiempos, chistes y consejos útiles. Estas fotos son de esa sección especial. ¿Tú ya hiciste tu periódico mural?

Consumo Misterio

Esta es una serie radiofónica en que un héroe A.P.Tito y su perro Cachicán, investigan y aclaran problemas que se atraviesan en su camino. ¿Los conoces? Puedes encontrarlos en tu radio, si escuchas XEW los domingos a las 9 de la mañana o los sábados en Radio UNAM a las 8:50 A.M. También, si vives fuera de la capital, puedes sintonizar tu estación en:

CHIHUAHUA.—XESI radio mexicana, sábados entre 6:30 y 7 A.M.
ESTADO DE MEXICO.—XEQY radio fiesta, sábados entre 11 y 1 P.M.
GUERRERO.—XEKJ (Acapulco) sábados 8:30 A.M.; audio-brisas, sábado y domingo 9 A.M.; XEIG (Iguala) sábados y domingos 10 A.M.; radio Guerrero (Chilpancingo) sábados y domingos 9 A.M.; XEUQ (Zihuatanejo) sábados y domingos 10 A.M.
GUANAJUATO.—RPL sábados 7:15 A.M.
HIDALGO.—SEPK sábados 8:45 A.M.
JALISCO.—Promovidos de Occidente, sábados 8 A.M.; XEJB sábados 10:30 A.M.
NUEVO LEON.—XEAV domingos entre 7 y 10 A.M.
PUEBLA.—XEHR domingos 8:45 A.M.
SONORA.—
MORELOS.—XHCT-FM, globo estéreo sábados entre 7 y 10 A.M. SHLM-FM, estereomundo, cualquier día de la semana entre 7 y 8 en el programa Club de los Optimistas.
TAMAULIPAS.— XHUTC-FM sábados 9:30 A.M. y XHRPU, domingo 9 A.M.
TLAXCALA.—SETT, todos los días a las 7 A.M.
VERACRUZ.—XEJK, domingos 7:30 A.M.

El barco de papel

Así se llama una pequeña revista para los niños editada en Pátzcuaro por el Centro Michoacano para la enseñanza de la Ciencia y la Tecnología. Es pequeña sólo por su tamaño porque es admirable que en 14 páginas quepan tantas secciones amenas, instructivas y bellamente presentadas.

Desde El Brinco felicitamos a quienes diseñan, escriben e imprimen esta publicación que merece ser conocida en todo México. Agradecemos a sus editores el precioso obsequio de ejemplares de El Barco de Papel.

Prepara tu regalo a mamá

El próximo mes de mayo, hay dos fiestas: mamá y la maestra. Para que tengas un lindo obsequio para ellas, te sugerimos que siembres desde ahora, unas semillas de cilantro, perejil, rábanos o jitomate (que crecen rápido) en una maceta con buena tierra, quela pongas en el sol y que la riegues todos los días. Aunque en esa fecha sólo sean tallitos verdes, recién salidos de la tierra, será un lindo regalo, tanto para mamá como para la maestra. Puedes conseguir semillas en el DIF o en el mercado.